

EDITED VOLUME SERIES

Valentin Dander, Veronika Gründhammer, Heike Ortner,
Daniel Pfurtscheller, Michaela Rizzolli (Hg.)

Medienräume

Materialität und Regionalität

innsbruck university press

EDITED VOLUME SERIES



innsbruck university press

Valentin Dander, Veronika Gründhammer, Heike Ortner,
Daniel Pfurtscheller und Michaela Rizzolli (Hg.)

Medienräume: Materialität und Regionalität

Valentin Dander
Institut für Psychosoziale Intervention und Kommunikationsforschung, Universität Innsbruck

Veronika Gründhammer
Universitäts- und Landesbibliothek Tirol, Abteilung für Digitale Services, Universität Innsbruck

Heike Ortner
Institut für Germanistik, Universität Innsbruck

Daniel Pfurtscheller
Institut für Germanistik, Universität Innsbruck

Michaela Rizzolli
Institut für Geschichtswissenschaften und Europäische Ethnologie, Universität Innsbruck

Diese Publikation wurde gedruckt mit finanzieller Unterstützung des Vizerektorats für Forschung der Universität Innsbruck, der Moser Holding und der Austria Presse Agentur.



Universität Innsbruck
1. Auflage

www.uibk.ac.at/iup
ISBN 978-3-902936-15-8

Inhaltsverzeichnis

Fundament

Spielzimmer

Salon

NewsRoom

Schauraum

Medienräume: Materialität und Regionalität

Valentin Dander, Veronika Gründhammer, Heike Ortner, Daniel Pfurtscheller und Michaela Rizzolli

„Das Wunder von gestern ist die Selbstverständlichkeit von heute geworden, und von diesem Augenblick an hat die Erde gleichsam einen einzigen Herzschlag; sich hörend, sich schauend, sich verstehend lebt die Menschheit nun gleichzeitig von einem bis zum andern Ende der Erde, […]. Und herrlich wäre sie dank ihres Sieges über Raum und Zeit nun für alle Zeiten vereint, verwirrte sie nicht immer wieder von neuem der verhängnisvolle Wahn, unablässig diese grandiose Einheit zu zerstören und mit denselben Mitteln, die ihr Macht über die Elemente geben, sich selbst zu vernichten."

Stefan Zweig, *Das erste Wort über den Ozean*, 1943

VorRaum

Wenngleich bereits zuvor grundlegende, überwiegend soziologische Arbeiten zum Räumlichen vorgelegt wurden (vgl. etwa Bachelard 1994; Bourdieu 2006; Foucault 2005; Innis 1999; Lefebvre 2009; Simmel 1983),[1] verdichteten sich seit Ende der 1980er Jahre die Bemühungen verschiedener wissenschaftlicher Disziplinen, den sozial hergestellten Raum in seinen machtvollen und herrschaftlichen Verflechtungen – beispielsweise in den (post-)kolonialen Deutungen von Zentrum und Peripherie – in den Fokus zu rücken. Analog zu dieser Verschiebung erhielt auch die Repräsentation von Raum Beachtung, die Lefebvre als „dominant space in any society" (2009, S. 39) bezeichnet. Im Fahrwasser des im 20. Jahrhundert dominanten *Linguistic Turn*, der die poststrukturalistische Theoriebildung maßgeblich inspirierte, werden auch im *Spatial Turn* „das Synchrone über das Diachrone […], das Systemische über das Geschichtliche" (Bachmann-Medick 2006, S. 285) gestellt. Um im Rahmen der Diskussionen um räumliche Kategorien die kulturwissenschaftliche Konzentration auf die sozio-technologische Raumkonstitution zu unterstreichen und der Gefahr eines essenzialisierenden Denkens zu entgehen, ist bisweilen auch von einem *Topographical Turn* die Rede (vgl. Dünne/Günzel 2006, S. 12f.). Foucault bezeichnet das 19. Jahrhundert als von der zeitlichen Dimension bestimmt;

> „[h]ingegen wäre die aktuelle Epoche eher die Epoche des Raumes. Wir sind in der Epoche des Simultanen, wir sind in der Epoche der Juxtaposition, in der Epoche des Nahen und des Fernen, des Nebeneinander, des Auseinander. Wir sind, glaube ich, in einem Moment, wo sich die Welt weniger als ein großes sich

[1] Für einen deutschsprachigen Überblick über Grundlagentexte zur Raumtheorie siehe Dünne und Günzel (2006).

> durch die Zeit entwickelndes Leben erfährt, sondern eher als ein Netz, das seine Punkte verknüpft und sein Gewirr durchkreuzt." (Foucault 1992, S. 34)

Die Wende von der scheinbar immateriellen, symbolischen Ebene der Sprache bzw. einer zeitbezogenen Ebene der Historizität hin zu räumlichen Konfigurationen kann jedoch als „deutliche Re-Materialisierung" (Bachmann-Medick 2006, S. 285) des wissenschaftlichen Diskurses gelesen werden. In dieser Tendenz der Re-Materialisierung ist bereits der nach der Jahrtausendwende eingeläutete „material turn" (van den Boomen et al. 2009, S. 9) angelegt. Den Grund für die „aktuelle Konjunktur des wissenschaftlichen Interesses am konkreten Ding" sieht Scharfe in kompensatorischer Korrespondenz zu der zunehmenden „Herrschaft des Virtuellen" (2005, S. 116). Der *Material Turn* lässt sich so gesehen als Reaktion auf die zunehmende Immaterialisierung der Gesellschaft verstehen.

Mit der raumparadigmatischen Wende einher geht eine Schwerpunktverlagerung der Leitdisziplinen von einer linguistischen und sprachphilosophischen Definitionsmacht zur (Kultur- und Sozial-)Geografie sowie der Querschnittdisziplin der *Postcolonial Studies* (vgl. Bachmann-Medick 2006, S. 284ff). Seit der Jahrtausendwende wird nunmehr versucht, interdisziplinär gespeiste „Raumwissenschaften" (vgl. etwa Günzel 2008) zu etablieren. Zahlreiche einschlägige Sammelbände können als materieller Niederschlag dieser Bemühungen aufgefasst werden (Döring/Thielmann 2009c; Dünne/Günzel 2006; Dünne et al. 2004; Günzel 2010, 2008, 2007; Reutlinger et al. 2011; Maresch/Werber 2002; Hempel/Metelmann 2005).

Die Polyvalenz des Schlagwortes ‚Raum' zieht entsprechend vielschichtige Interpretationen, Fragestellungen, Theorien und Analysemethoden nach sich. Bezeichnend sind ausufernde Definitionen und Beschreibungen wie etwa jene von Castells: „space is not a reflection of society, it is its expression. In other words, space is not a photocopy of society, it is society" (2011, S. 441). Worin weitgehende Einigkeit besteht, sind grundlegende Aussagen über den Gegenstand: „Raum wird hier nicht in erster Linie als Diskursproblem begriffen, sondern als soziale Konstruktion" (Bachmann-Medick 2006, S. 284) und „als relationales, multiples, netzwerkartiges Gebilde" (Funken/Löw 2002, S. 71). Auch verbindet das Interesse an der „Komplexität von Räumen, ihre[n] Überlappungen und Überlagerungen, [den] Ungleichzeitigkeiten des Simultanen sowie Gegen-Raumkonstruktionen" (Bachmann-Medick 2006, S. 297). Der Raumbegriff jedenfalls „kann trotz seiner Singularität nicht in eine einzelne Definition gefasst werden, sondern er ist der Inbegriff einer kohärenten Vorstellung, aus der sich sehr viele Definitionen […] ergeben" (Günzel 2008, S. 7f.).

MedienRäume

Die Pluralität der Deutungen und disziplinären Zugänge gilt in ähnlicher Weise für den Untersuchungsgegenstand ‚Medien', der alle Bereiche von Wissenschaft und Gesellschaft durchdringt. Auch hier wurde im Zuge der wachsenden Bedeutung von Mediatisierung und Mediali-

sierung eine wissenschaftliche Wende proklamiert: der *Mediatic Turn*[2](vgl. Friesen/Hug 2011; Hug 2008). Raum muss nicht selbst als Medium verstanden werden (vgl. Bachmann-Medick 2006, S. 300; Lefebvre 2009, S. 411), um die enge Verschränkung des Raumparadigmas mit jenem der Medien sichtbar werden zu lassen. Die fundamentale Bedeutung von Repräsentationstechniken für den *Spatial* bzw. *Topographical Turn* ist offensichtlich: Darstellungen und Abstraktionen von Räumen arbeiten meist mit medialen Formen der Repräsentation, allen voran mit jener der Karte:

> “[T]here is no question that a large part of what we ususally mean by ‘physical’ is an imaginary virtual world born out of intellectual technologies – of which the map is arguably the most impressive” (November et al. 2010, S. 594).

Eine weitere Brücke zwischen den Paradigmen lässt sich auf metaphorischer Ebene verorten. Seit den Anfängen der Massenmedien, verstärkt mit weltweiter Verbreitung des Internet, wurde eine räumliche Metaphorik herangezogen, um die Dynamiken von Kommunikationsräumen zu beschreiben: Vom ‚Global Village‘ surfen Nutzerinnen und Nutzer über die ‚Datenautobahn‘ im ‚Traffic‘ des ‚Cyberspace‘ durch die ‚Firewalls‘ und ‚Gates‘, um schließlich in ‚Chat-Rooms‘, ‚virtuellen Welten‘ oder auf ‚Websites‘ zu landen (vgl. Schroer 2006, S. 254ff.; Funken/Löw 2002, S. 81f.; Löw 2001, S. 95f.). Kommunikationsmedien beeinflussen zweifelsohne unsere Wahrnehmung und unser Verständnis von Räumlichkeit (und Zeitlichkeit) – die Telegrafie nicht weniger als das *World Wide Web*, wie der obige Auszug aus Stefan Zweigs Miniatur über die erste transkontinentale Leitung von den britischen Inseln nach Nordamerika erahnen lässt: „von diesem Augenblick an hat die Erde gleichsam einen einzigen Herzschlag; […] Und herrlich wäre sie dank ihres Sieges über Raum und Zeit.“

Die wissenschaftstheoretische Beschäftigung mit neuen Medien der 1990er Jahre ist von der Auffassung geprägt, dass Medien die Art des Denkens, Lebens, Lernens und Arbeitens verändern würden. Die Beschäftigung mit dem Einfluss der Medien auf den Lebensalltag der Menschen ist Ausdruck einer utopisch optimistischen Perspektive (*new democracy*) oder einer pessimistischen Sichtweise (*digital divide*/*information glut*) auf Medien (vgl. van den Boomen et al. 2009). Entweder wurden die Möglichkeiten neuer Medien idealisiert oder es wurde vor ihren Folgen gewarnt. Gemein ist beiden Seiten der Medienrezeption die medien- und kommunikationstheoretische Auffassung, dass Immaterialität – und auf keinen Fall Materialität – neue Medien kennzeichne.

> “New media and their effects were thus framed as being ‘hyper’, ‘virtual’, and ‘cyber’ – that is, outside of the known materiality, existing independently of the

---

[2] Die Bezeichnungen differieren: Döring und Thielmann sprechen etwa von einem „media(l) turn in der Geographie“ (2009b: S. 46). Bachmann-Medick subsumiert die epistemologisch und medientheoretisch inspirierten Arbeiten zu Raumrepräsentationen aufgrund des Fokus auf Visualisierungen eher unter dem *Iconic Turn*. Das im weiteren Textverlauf konstatierte „massive [...] Eindringen des spatial turn in die Medientheorie“ (2006, S. 314) wird von ihr leider nur am Rande aufgegriffen.

> usual material constraints and determinants, such as material bodies, politics, and the economy” (van den Boomen et al. 2009, S. 8).

Eng gekoppelt an diese im/materielle Dimension medialer Räumlichkeit wurden die raumkonstitutiven Eigenschaften des Internet und digitaler Medien allgemein vielfach im Lichte der Dichotomie Realität/Virtualität bzw. auch als ‚virtuelle Realität‘ verhandelt – sowohl in wissenschaftlichen Diskursen (vgl. etwa Baudrillard 1995; Münker 1997; Poster 2000; Schmidt 2007; Welsch 1998) als auch in massenmedialen. Nachdem dieses Begriffspaar lange als klar abzugrenzende Opposition geführt wurde, gilt mittlerweile die Gleichzeitigkeit, Überlagerung und Verschränkung beider Zustände als Konsens (Schroer 2006, S. 274f.). Spätestens mit dem Ausdruck „Augmented Reality“ bzw. „Augmented Space“ (Manovich 2002) fand sich dafür ein treffender oder zumindest dankbar in die Debatten aufgenommener Begriff.

Analog dazu führten die Weiterentwicklungen digitaler Medientechnologien zu einer neuen Akzentuierung im Forschungsfeld der Medien/Räume (Abend et al. 2012; Couldry/McCarthy 2004; Döring/Thielmann 2009a; Dünne et al. 2004; Fromme et al. 2011; Günzel 2007; Köster/Schubert 2009) – etwa durch sogenannte „Geomedien“. Diese seien mit Döring und Thielmann (2009b, S. 13) in der Einleitung zum Sammelband *Mediengeographie*

> „als globale Kommunikationsmedien zu verstehen, deren Nutzung und Verwendung an konkrete physische Orte gebunden ist. Hierzu zählen einerseits die wachsende Zahl der mit GPS-, WLAN- und RFID-Lokalisierungstechnologien ausgestatteten Medienhardware und andererseits das sich ausbreitende Geoweb mit seiner laienkartographischen Software“ (ebd.).

Andere Begriffe für diese Phänomene wären etwa „Locating Media“ oder „Situierte Medien“ (vgl. Abend et al. 2012, S. 14), die gleichermaßen für die Titel eines Graduiertenkollegs an der Universität Siegen sowie die damit verbundene Schriftenreihe herangezogen wurden.

Die rasante Verbreitung solcher Technologien in Form von Smartphones, Tablets und anderen rechenstarken *mobile devices* auf dem breitenfähigen Markt wirft fundamentale Fragen zum Verhältnis von Medialität und Räumlichkeit auf. „In all their ordinariness, mobile communication devices have showed and continue to show the potential to stealthily yet radically alter our perception of what it means to co-exist with others in a connected society“ (Vries 2009, S. 91). Nicht zuletzt steht die Bezeichnung *Internet of Things* für die Vernetzung von Alltagsgegenständen mit der scheinbar immateriellen Sphäre des Internets. Sensoren lassen Topfpflanzen nach Wasser ‚schreien‘, Nike-Schuhe kommunizieren mit iPhones und Medikamente fordern Patienten auf, sie einzunehmen (vgl. the hammersmith group 2010). Hierdurch verschiebt sich die Perspektive von einzelnen medialisierten Dingen auf die Interdependenzen und netzwerkförmigen Anordnungen der Dinge im physikalischen und gleichzeitig digitalisierten Raum.

Materialität/Regionalität

Der vorliegende Sammelband verweist auf die Mehrdeutigkeit des Schlagwortes Raum und öffnet Türen zu vielschichtigen Interpretationen, Fragestellungen, Theorien und Analyseme-

thoden. In einem multidisziplinären Spektrum kritischer Beiträge beleuchtet der Band Medienräume an der Schnittstelle von Räumlichkeit und Medialität. Philosophische und theoretische Überlegungen zur Kategorie des Räumlichen sowie Implikationen des Raumes in der gegenwärtigen Mediengesellschaft werden thematisiert und diskutiert. Der Fokus liegt dabei auf der Durchdringung von zwei zentralen Raumdimensionen, die diesem Themenkomplex wesentlich inhärent sind: Materialität und Regionalität. An ihrem Kreuzungspunkt öffnet sich ein weites assoziatives Feld, in dem beide Kategorien auf ihre begriffliche Opposition verweisen – auf Immaterialität und Globalität.

So kann zwischen materiellen und immateriellen Räumen unterschieden werden, die sich etwa in *Augmented-Reality*-Szenarien zusehends überlagern. Während sich vor mehr als zehn Jahren die Grenzen zwischen digital simulierten, immateriellen Räumen und dem greifbaren Raum unserer immediaten Wahrnehmung scheinbar klar ziehen ließen (vgl. Maresch/Werber 2002),[3] werden diese Grenzen angesichts der technologischen Entwicklungen permanent verrückt und in Frage gestellt: durch steigende Geräteleistung in immer kleineren, mobilen Endgeräten, das Verschwinden der Kabelverbindungen – Krämer bezeichnet sie als „Nabelschnüre“ (2002, S. 53) – zugunsten von kabellosen Verbindungen (Bluetooth, WLAN, NFC, RFID) sowie allgemein durch die Verankerung und damit Profanisierung digitaler Medien in nahezu allen Bereichen des alltäglichen und öffentlichen Lebens:

> „Familien sind sehr gut mit Medien ausgestattet: Computer, Internet, Fernseher, Radio, Handy und verschiedene Geräte zum Aufzeichnen von Fernsehinhalten gehören zur Standardausstattung so gut wie aller Haushalte. Etwa jeder fünfte Haushalt besitzt einen Tablet-PC“ (Behrens et al. 2012a, S. 90).

Die ehemals ‚Neuen Medien‘ sind verschwindend klein und zugleich zum integralen Bestandteil des Alltags geworden – Letzteres gilt jedenfalls für den ‚globalen Norden‘, wie die JIM-Studie für Deutschland aufzeigt: Unter den 12- bis 19-Jährigen besitzen fast 100 Prozent ein Handy, etwa die Hälfte ein Smartphone (vgl. Behrens et al. 2012b, S. 52). Die Hintergründe der einzelnen Funktionalitäten entziehen sich zwar der Wahrnehmungsschwelle (vgl. Willis 2007, S. 158f), nichtsdestotrotz können sie aber nicht als immaterielle Phänomene bezeichnet werden,

> “but rather as ‘in-material’ […]. In other words, as stuff which may defy immediate physical contact, yet which is incorporated in materiality rather than floating as a metaphysical substance in virtual space” (van den Boomen et al. 2009, S. 9).

---

[3] So schreiben beispielsweise Funken und Löw im Band ‚Raum Wissen Macht‘ (2002, S. 81), die „Gegensatzkonstruktion von materiell und immateriell ist dem elektronischen Netz strukturell immanent. Das Netz wird nicht zufällig als ‚virtueller Raum‘ bezeichnet. Denn es scheint immateriell und imaginär zu sein und gleichzeitig unendliche Möglichkeiten zu entfalten. Raum dagegen ist kulturgeschichtlich der Garant für das Materielle und damit für das Reale“.

Mit dieser verräumlichenden Re-Materialisierung des Medialitätsdiskurses geht eine zweite Verschiebung einher. Im Unterschied zum anglo-amerikanischen Trend des *Spatial Turn*, der stark auf postkoloniale Verhältnisse abhebt, „scheint die deutschsprachige Version […] überwiegend auf einen Horziont von Europäisierung zugeschnitten zu sein oder jedenfalls […] eher lokale und regionale Erfahrungsräume aufzuwerten“ (Bachmann-Medick 2006, S. 302f.). Doch regionale Medienräume zeigen sich eng mit dem globalen Mediensystem verwoben. In diese äußeren Bedingungen ist die individuelle und kollektive Identitätsarbeit in Auseinandersetzung mit der räumlichen Umgebung eingebettet. Im Gegensatz zu Narrativen der Globalisierung, der Körper-, Grenzen- und Distanzlosigkeit, die auch das Internet von Beginn an begleiteten, zeichnet sich im konkreten Nutzungsverhalten eine überraschende Kongruenz von physikalischem und digitalem Lebensraum ab.

> “To imagine we can segregate these things – game and non-game, […] on- and offline, virtual and real – not only misunderstands our relationship with technology, but our relationship with culture” (Taylor 2006, S. 153).

Die meisten Facebook-Bekanntschaften sind Menschen, die im Offline-Alltag vor Ort gleichfalls eine mehr oder weniger gewichtige Rolle spielen. Geomedien verstärken in Sozialen Netzwerken die Möglichkeiten, lokal und regional relevante Inhalte mit anderen zu teilen, personalisierte, digitale ‚Layer‘ über die ‚primäre Wirklichkeit‘ zu legen. Der erste Testlauf mit *Google Earth* oder *Google Maps* ließ wohl die meisten Anwenderinnen und Anwender fasziniert eine neue Perspektive auf ihren eigenen Wohnort einnehmen. Insbesondere die Verknüpfung der Plattformen mit interaktiven und *Community*-Elementen sowie ein ansprechendes Design unterscheiden diese Anwendungen von traditionellen Kartenangeboten (vgl. Manovich/Thielmann 2009; vgl. Ortner 2009).

Im Zentrum des Sammelbandes ‚Medienräume‘ steht die Durchdringung dieser Raumkonzeptionen: Auf der einen Seite zeigen sich regionale Medienräume eng mit dem globalen Mediensystem verwoben. Auf der anderen Seite verschwimmen die Grenzen zwischen materiellen und immateriellen Räumen zusehends.

Fundament, Spielzimmer, NewsRoom, Salon, Schauraum

Zur Gliederung des Bandes bedienen wir uns einer räumlichen Metaphorik für die Bebilderung des Phänomens. Die Leserinnen und Leser werden in unterschiedliche Räume geführt, die ihrerseits Türen zu unterschiedlichen Fragestellungen, Theoriekonzeptionen und Fachdisziplinen wie Medien- und Kommunikationswissenschaft, Pädagogik, Sprachwissenschaft, Ethnologie, Geographie und Architektur öffnen. Fragen nach dem Verhältnis von Medialität und Räumlichkeit sowie Materialität und Regionalität durchziehen alle Räume.

Der Raumspaziergang beginnt beim Anblick des *Fundaments*. Das Fundament ist der Übergang vom Boden zum Bauwerk und dient als tragende und befestigende Struktur. Als tragfähiges Fundament hält es Frosteinwirkungen, Unterspülungen und Bewegungen stand. Dieses

Kapitel beabsichtigt eine theoretische Fundierung und steckt den theoretischen Bezugsrahmen ab.

Spätestens mit der Rede von ‚virtuellen Realitäten' gerieten digitale Medien auch über wissenschaftliche Grenzen hinaus in den Verdacht, im Verhältnis zur physikalischen Wirklichkeit ein ‚Anderes' zu sein. Dem greifbaren Raum unserer primären Wahrnehmung wurde der ‚Cyberspace' als immaterieller Raum gegenübergestellt, in dem unsere Körper verschwinden (vgl. Krämer 2002). Die Tragfähigkeit dieser Entmaterialisierungshypothese dekonstruiert Andreas Beinsteiner in seinem Beitrag *Immaterialität oder Hypermaterialität? Hermeneutisch-phänomenologische Überlegungen zur Entmaterialisierungshypothese* aus medientheoretischer Perspektive und entflicht die polyvalente Relation zwischen den Begriffen Materialität/Immaterialität/Hypermaterialität sowie Realität/Medialität. Er schlägt in Anlehnung an Heideggers hermeneutische Phänomenologie vor, dessen Konzept der ‚Erde' medientheoretisch zu wenden, um die ambivalente Gegenständlichkeit des Gegenstandes, also ‚mediale Materialität' bzw. ‚materielle Medialität' in digitalen Medien angemessen erfassen zu können.

Im theoretisch fundierten Beitrag *Medien – Materialitäten – Räume: Zur Analyse eines Wirkungszusammenhangs* setzt sich Siegfried J. Schmidt mit der grundsätzlichen Problematik empathischer Ausrufungen verschiedener *Turns* auseinander. Längst ist der *Spatial Turn* auch in den Medienwissenschaften zum geflügelten Wort geworden – ähnlich wie der *Linguistic Turn,* der *Pictorial Turn* und viele weitere. Gestützt von einem historischen Rückblick und von der Diskussion zahlreicher Beispiele (wie Fotografie, Radio und Internet) lehnt er jede dichotomische Argumentation ab und spricht sich stattdessen für eine Dialektik des Denkens über Konzepte wie Raum und Zeit aus. Ein zentrales Thema, das einer sorgfältigen und begriffskritischen Aufarbeitung bedarf, ist die Überlagerung von materiellen und immateriellen Räumen, ein Wandel, der Auswirkungen auf unsere Medien, unsere Identität und unser Lernen hat.

Petra Missomelius zeichnet in ihrem Beitrag *Abstraktionen des Raumes in Bildungsszenarien. Von der analogen Karte zur Augmented Reality* Raum als abstrakte Kategorie nach und zeigt auf, dass seine Abstraktion stets abhängig von medientechnologischen Darstellungsformaten ist. Diese dienen in formalen und informellen Lehr- und Lernszenarien der Repräsentation und Abstraktion von Raum; von traditionellen Schulkarten im Geografie- oder Geschichteunterricht über perspektivische Zeichnungen in der Geometrie bis hin zu Foto- und Videoprojekten beispielsweise über den eigenen ‚Lebensraum'. Petra Missomelius folgt den Spuren dieser Raumkonstruktionen und ihrer Effekte auf Wahrnehmung und Wissen von der Kartografie bis hin zu Formen von *Augmented Reality* und stellt die Frage nach dem Einsatz von *Geomedien* in einer Medienbildung, die Medien sowohl als Lernmaterial als auch als explizites Thema in Bildungsräumen versteht. Schließlich wird beispielhaft aufgezeigt, wie eine solche Medienbildung im Sinne eines selbstbestimmten, *Situierten Lernens* sowohl praktisch als auch kritisch-reflexiv umgesetzt werden kann.

Nach der Begutachtung des Fundamentes gelangen wir in den Spielraum. Auch wenn das Spiel nach Johan Huizinga eine in jeder Kultur vorfindbare Größe ist (vgl. 2004), findet zu unter-

schiedlichen Zeiten das Spiel an und in unterschiedlichen Räumen statt. Während im Mittelalter keine für Kinder speziell eingerichteten Spielräume entstehen, kommt es mit der zunehmenden Entdeckung der Kindheit zu einer differenzierteren Gestaltung von Spielräumen für Kinder (vgl. Rimbach 2009). Darüber hinaus verweist ein historischer Blick auf das Spiel auf eine strikte Abgrenzung des Spiels von den beiden Sphären sowohl der Arbeit als auch des Alltags (vgl. Kühme 1997). Anhand von gegenwärtigen Computerspielen zeigen die Autoren, dass Spielräume der Gegenwart zunehmend alltäglich werden, von Menschen unterschiedlichen Alters und Geschlechts genutzt werden und von gesellschaftsrelevanten Fragestellungen durchdrungen werden.

Stephan Günzel widmet sich in seinem Beitrag *Computerspielraum – Zum Verhältnis von Virtualität und Alltäglichkeit* der Frage, wie Computerspiele den Alltag oder vielmehr das Erleben des Alltags verändern. Computerspiele werden nicht als Medienräume fernab vom *Real Life* verortet, sondern als Dinge des Alltags konzeptualisiert. Ausgehend davon, dass Computerspiele ein Bestandteil der Welt sind, begibt er sich auf die Suche nach dem Alltag in Computerspielen, nach Computerspielen im Alltag und gesteht ihnen eine eigene Selbstverständlichkeit zu. Dabei wird deutlich, dass es zu Verschiebungen und Überlagerungen zwischen Alltag im realen und Alltag im virtuellen Leben kommt.

Der Beitrag *Frontiers – Vom politischen Raum in den Spielraum* von Sonja Prlić und Karl Zechenter richtet den Blick auf einen weiteren Computerspielraum. Das Projekt *Frontiers* wird aus der Perspektive der beteiligten Künstlerinnen und Künstler beschrieben. Das aus dem Projekt hervorgegangene Computerspiel *Frontiers* ist ein Beispiel für einen Spielraum, der zugleich als Plattform für die Auseinandersetzung mit sozialpolitischen Fragen dient. Als Metapher wird jene eines *First Person Shooters* verwendet und das Thema Flucht behandelt. Die Künstler und Künstlerinnen legten großen Wert darauf, an Grenzorten zwischen der Sahara, der Straße von Gibraltar und dem Hafen von Rotterdam Material zu sammeln und diese in die Narration, ins Design und in die Spielhandlung einzubinden. Dabei sollen virtuelle Repräsentationen realer Grenzorte nicht nur reale Bedingungen, Räume und Akteure simulieren, sondern auch immer auf die regionalen und materiellen Bedingungen der realen Räume verweisen.

Der politische Computerspielraum öffnet die Tür zum *Salon*, einem großen Saal, der als gesellschaftlicher Treffpunkt für politische Diskussionen dient. Im Beitrag *Das deliberative Potenzial von Online-Diskussionen auf Nachrichtenportalen* beschreibt Juliane Nagiller, wie sich durch die Nutzung von Online-Nachrichtenportalen neben neuen Informationswelten auch neue Interaktionsräume erschließen, in denen sich die Userinnen und User vor und mit einem relativ breiten Publikum zu politischen Themen äußern und austauschen können. Neue Kommunikations- und Informationstechnologien, so räumt auch Jürgen Habermas ein, stellen die Infrastruktur bereit, die benötigt wird, um deliberative Diskurse voranzutreiben. Wesentlich ist dabei das „discursive Niveau“ (Habermas 1992, S. 369) der virtuellen Kommunikation. Juliane Nagiller geht nicht nur der Frage nach, wie die Diskussionen in Online-Foren charakterisiert werden können, sondern erlaubt durch die Präsentation der empirischen Ergebnisse einer inhaltsanalytischen Untersuchung zweier Nachrichtenportale auch eine Einschätzung: Trifft die

Metapher der „*digital cafés* of a *Public Sphere 2.0*" (Ruiz et al. 2011, S. 464, Hervorhebung im Original) oder doch jene des *„dialogue of the deaf"* besser auf die Online-Diskussionen auf Nachrichtenportalen zu?

Als der Grafikdesigner Ronny Edry aus Tel Aviv mit einem privaten Foto von sich selbst und seiner fünfjährigen Tochter den Startschuss für die Aktion *Israel-loves-Iran* gab, konnte er nicht ahnen, welche Wellen seine Facebook-Initiative schlagen würde. Über Nacht wurde seine Botschaft tausendfach geteilt, er erhielt Hunderte von Nachrichten, Menschen aus aller Welt zeigten ihm ihre Sympathie und machten sie öffentlich. Innerhalb kürzester Zeit gelang es Ronny Edry mit seiner Botschaft einen sehr überschaubaren Raum zu überschreiten und Menschen in einem größeren Raum zu erreichen, Menschen aus Israel und aus dem Iran und schließlich Menschen auf der ganzen Welt. Obwohl es gegenwärtig für eine systematische Auswertung der Initiative noch zu früh ist, formuliert Claudia Paganini in ihrem Beitrag *Israel-loves-Iran. Das Überschreiten von Medienräumen,* welche Denkanstöße sich für die Medienethik ableiten lassen. Inwiefern sind wir für unser Online-Handeln verantwortlich? Kann eine Medienethik fordern, dass sich Menschen online für eine Sache einsetzen, dass sie falsche Informationen korrigieren, sich mit Schwachen solidarisieren? Kann man jemandem einen Vorwurf machen, wenn er/sie es unterlässt, sich im Internet zu engagieren, sich solidarisch zu verhalten, obwohl er/sie die Möglichkeit dazu hätte?

Während des Raumspaziergangs gelangen wir in den *Newsroom*, in dem journalistische und sprachliche Aspekte von Räumlichkeit thematisiert werden. Die traditionellen Medieninstitutionen wie Print und Rundfunk sehen sich im Zuge dieser Dynamiken mit Herausforderungen konfrontiert. Die etablierten Informationsnahversorger haben durch junge Formate wie *Community-Blogs* und andere digitale Alternativmedien neue Konkurrenz bekommen und werden somit zu Innovationen angeregt. Durch die späte Öffnung des österreichischen Rundfunkmarktes für private Anbieter Ende der 1990er Jahre und die zugleich sinkenden Preise für die technische Ausstattung wurde die Weiterentwicklung des Medienangebots zusätzlich befeuert.

Andreas Wiesinger präsentiert in seinem Beitrag *WWW.PROVINNSBRUCK.AT – Regionalität und Materialität des digitalen Stadtgeflüsters* einen Gemeinschaftsblog und verortet ihn an der Schnittstelle von Regionalität und Materialität. Die Stadt Innsbruck wird zum einen durch lokale Berichterstattung zum Thema des Blogs, zum anderen wird durch sogenannte „provInnsbruck-Boxen" der Stadtraum aktiv und greifbar gemacht. Durch die thematische Schwerpunktsetzung auf Regionalität und die materielle Einbindung des Blogs in den Stadtraum wird die ‚Stadt als Blog' zur Realität.

Im Beitrag *Lokales Fernsehen in Tirol* befassen sich Daniel Pfurtscheller und Christiane Dorner mit Regionalfernsehen im Raum Tirol. Sie stellen dabei fest, dass nicht Aktualität und journalistisches Handwerk, sondern regionale Nähe und auch die Selbstpräsentation bei den Berichten, die oft von Bürgerjournalistinnnen und -journalisten aufbereitet werden, im Vordergrund stehen. Die Beliebtheit der Regionalsender bei den Zuschauerinnen und Zuschauern zeigt, dass der lokale Nahraum trotz der durch die Medien geförderten Internationalisierung für

den Einzelnen von großer Bedeutung ist und zur medialen Konstruktion regionaler Identitäten beiträgt. Genauer betrachtet entpuppt sich Lokalfernsehen nicht als Ableger des überregionalen Fernsehens, sondern als eigenständiges Medium, das nicht nur modernen Trends folgt und diese aufgreift, sondern sie auch mitgestaltet.

Antje Plaikner geht in ihrem Beitrag *Lesernähe und regionale Tageszeitungen* der Frage nach, wie sich regionale Medienräume verändern. Sie untersucht regionale Tageszeitungen und deren Verhältnis zum Publikum anhand der Kategorie der Lesernähe. Eine Kombination von qualitativen und quantitativen inhaltsanalytischen Verfahren ermöglicht es Plaikner, die wechselhafte Beziehung zwischen Medium, Publikum und Raum für die letzten 20 Jahre nachzuzeichnen. Dabei wird deutlich, dass auch eher randständige Pressetextsorten (wie z.B. Wetterberichte) durch ihre visuelle Darstellung von Raum hilfreiche Hinweise auf Raumkonzepte liefern können.

Maria Stopfner thematisiert in ihrem Beitrag *Zwei Tage durchs Karwendel – Alpine Raumkonzepte im Tourismusmarketing* die kognitiven Voraussetzungen, die unsere Wahrnehmung von Raum prägen und die damit auch für das Sprechen über Raum grundlegend sind. Im Zentrum ihrer Untersuchung steht die Analyse des Raumdiskurses auf einem Internet-Blog der Tirol Werbung. Vor dem Hintergrund der alpinen Landschaft und ihrer touristischen Vermarktung zeigt sich ein Raumkonzept, das geprägt ist von Dynamik, Vertikalität und Linearität der menschlichen Raumerfahrung in den Bergen.

Zuletzt werden im *Schauraum* disperse Beiträge und Projekte zur Thematik präsentiert. Der Schauraum kann sich sowohl auf Ausstellungssituationen beziehen wie auch auf das konsumistische Flanieren entlang der Schaufenster. Und schließlich lässt sich auch eine Verbindung zu einer quasi-panoptischen Monitoring-Praxis in *Control Rooms* herstellen. Aber *schauen* Sie selbst.

Im Rahmen eines interdisziplinären universitären Forschungsprojektes entstand die Ausstellung „Ich lasse mich nicht länger für einen Narren halten“ über die Geschichte der Psychiatrie in Tirol, Südtirol und Trentino, zu sehen unter anderem 2011 in Hall in Tirol. Die Grundlage bildeten Krankenakten in den psychiatrischen Einrichtungen von Hall, Pergine und an der Universitätsklinik Innsbruck, die im „Interreg IV“-Projekt „Psychiatrische Landschaften“ ausgewertet werden. Ein Ziel war, die Besucherinnen und Besucher während des Verweilens in den Räumlichkeiten der Ausstellung in die Perspektive der Patientinnen und Patienten zu versetzen. Um diesen Effekt zu bewirken, wurde der räumlichen Anordnung der Ausstellungsstücke und Dokumente besondere Aufmerksamkeit geschenkt. Celia Di Pauli, Lisa Noggler und Eric Sidoroff beschreiben in ihrem Beitrag *Das unbequeme Zugabteil oder die beängstigende Badewanne*, wie sie sich dem brisanten sozial- und kulturgeschichtlichen Thema „Umgang mit Menschen in der Psychiatrie“ szenografisch genähert haben.

Der zweisprachige Beitrag *Passagen und die Invasion des Raumes. Wie marokkanisch-niederländische Jugendliche digitale räumliche Machtverhältnisse überwinden* von Koen Leurs wirft einen realistischen Blick auf die aktuelle Praxis der digitalen räumlichen Macht-

verhältnisse anhand der Nutzung von Internetplattformen durch marokkanisch-niederländische Jugendliche. Als das Internet breiteren Bevölkerungsschichten zugänglich wurde, feierten die ersten Nutzerinnen und Nutzer diese technische Innovation als egalitäres Medium, das die Menschheit von räumlichen und sozialen Grenzen befreit. Dem Internet wurde die Macht zugeschrieben, Herkunft, Geschlecht, Alter, Aussehen und jede Form von Ungleichheit zu neutralisieren. Es zeigt sich, dass auch online Stereotype und Demarkationslinien zwischen unterschiedlichen Nutzergruppen Bestand haben. Doch digitale Plattformen eröffnen den betroffenen Jugendlichen auch die Möglichkeit, diese diskursiven Grenzen auf kreative und subversive Weise zu durchbrechen und ein hypertextuelles Selbst zu konstruieren.

Martin Rutzinger und seine Kollegen Magnus Bremer, Rudolf Sailer, Johann Stötter von der *LiDAR Research Group* des Instituts für Geografie an der Universität Innsbruck beschreiben in ihrem Beitrag zur *Erfassung räumlicher Daten in multiplen Dimensionen*, mit welchen technischen Verfahren sich Informationen über unseren Natur- und Kulturraum gewinnen lassen. Großes Potenzial hat dafür die moderne Fernerkundung mittels Laserlicht. Das sogenannte topografische LiDAR liefert dreidimensionale Raumdaten in hoher Auflösung, mit denen sich auch zeitliche Veränderungen auf verschiedene Maßstabsebenen beobachten und modellieren lassen. Für montane wie urbane Räume ergeben sich daraus zahlreiche Anwendungsmöglichkeiten.

Die Beiträge des vorliegenden Sammelbandes entstanden im Rahmen des Medientages und der Ringvorlesung über *Medienräume: Materialität und Regionalität*, die im Wintersemester 2012/13 von der interfakultären Plattform *innsbruck media studies* an der Leopold-Franzens-Universität Innsbruck ausgerichtet wurden. Die Einleitung abschließend wollen wir all jene nennen, die entscheidend zur Veranstaltungsreihe beigetragen und sie damit ermöglicht haben: Juliane Nagiller hat stets den organisatorischen und finanziellen Überblick behalten, die ‚KulturbäckerInnen' haben unser Auswärtsspiel mit dem Medientag in der Innsbrucker Kulturbackstube ‚Die Bäckerei' begleitet, die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Büros für Öffentlichkeitsarbeit noch wesentlich mehr als das. Gleichfalls bedanken wir uns bei den Vizerektoraten für Forschung und Personal, den Fakultäten für Architektur, Bildungswissenschaften, Politikwissenschaft und Soziologie sowie der Philologisch-Kulturwissenschaftlichen und der Philosophisch-Historischen Fakultät für ihren finanziellen Beitrag zu diesem fakultätsübergreifenden Unterfangen. Herzlicher Dank für ihre sowohl für die Veranstaltung als auch für den Sammelband tragende Unterstützung gilt unseren Kooperationspartnerinnen, der Moser Holding und der Austria Presse Agentur. Ohne die bereichernde Zusammenarbeit mit der Moser Holding, die Unterstützung durch die Vizerektorin für Forschung und die reibungslose Zusammenarbeit mit *innsbruck university press* könnten weder Sie noch wir diesen Band in Händen halten. Das gilt natürlich auch für die beteiligten Autorinnen und Autoren, die sich in Vorträgen und/oder schriftlichen Beiträgen der Herausforderung gestellt haben, das Thema ‚Medienräume: Materialität und Regionalität' zu bearbeiten. Wir wünschen eine spannende, nicht nur rezeptive, sondern auch produktive Lektüre.

Die Herausgeberinnen und Herausgeber
Innsbruck, im Juli 2013

Literatur

Abend, Pablo; Haupts, Tobias & Müller, Claudia (Hrsg.) (2012): *Medialität der Nähe. Situationen – Praktiken – Diskurse.* Bielefeld: Transcript Verlag.

Bachelard, Gaston (1994): *Poetik des Raumes*. Ungek. Ausg. 1987, 7.-8. Tsd. Frankfurt am Main: Fischer-Taschenbuch-Verl.

Bachmann-Medick, Doris (2006): Spatial Turn. In: Dies.: *Cultural Turns: Neuorientierungen in den Kulturwissenschaften*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag, S. 284–328.

Baudrillard, Jean (1995): The Virtual Illusion: Or the Automatic Writing of the World. *Theory, Culture & Society* (12), S. 97–107.

Behrens, Peter; Rathgeb, Thomas; Ebert, Lena; et al. (2012a): *FIM-Studie 2011 – Familie, Interaktion & Medien. Untersuchung zur Kommunikation und Mediennetzung in Familien*. Stuttgart: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest.

Behrens, Peter; Rathgeb, Thomas; Feierabend, Sabine; et al. (2012b): *JIM-Studie 2012 – Jugend, Information, (Multi-) Media. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger.* Stuttgart: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest.

Van den Boomen, Marianne; Lammes, Sybille; Lehmann, Ann-Sophie; et al. (Hrsg.) (2009): *Digital Material. Tracing New Media in Everyday Life and Technology*. Amsterdam: Amsterdam University Press.

Bourdieu, Pierre (2006): Sozialer Raum, symbolischer Raum [1989]. In: Günzel, Stephan & Dünne, Jörg (Hrsg.): *Raumtheorie. Grundlagentexte aus Philosophie und Kulturwissenschaft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, S. 354–368.

Castells, Manuel (2011): *The Information Age: Economy, Society, and Culture. Vol. 1: The Rise of the Network Society*. Malden: Wiley-Blackwell.

Couldry, Nick & McCarthy, Anna (Hrsg.) (2004): *Mediaspace: place, scale and culture in a media age*. London [u.a.]: Routledge.

Döring, Jörg & Thielmann, Tristan (Hrsg.) (2009a): *Mediengeographie. Theorie – Analyse – Diskussion*. Bielefeld: Transcript Verlag.

Döring, Jörg & Thielmann, Tristan (2009b): Mediengeographie: Für eine Geomedienwissenschaft. In: Dies.: *Mediengeographie. Theorie – Analyse – Diskussion*. Bielefeld: Transcript Verlag, S. 9–64.

Döring, Jörg & Thielmann, Tristan (Hrsg..) (2009c): *Spatial Turn: das Raumparadigma in den Kultur- und Sozialwissenschaften*. 2. Aufl. Bielefeld: Transcript Verl.

Dünne, Jörg; Doetsch, Hermann & Lüdeke, Roger (Hrsg.) (2004): *Von Pilgerwegen, Schriftspuren und Blickpunkten: Raumpraktiken in medienhistorischer Perspektive*. Würzburg: Königshausen & Neumann.

Dünne, Jörg & Günzel, Stephan (Hrsg.) (2006): *Raumtheorie. Grundlagentexte aus Philosophie und Kulturwissenschaften.* Suhrkamp Verlag.

Foucault, Michel (1992): Andere Räume. In: Barck, Karlheinz; Gente, Peter; Paris, Heidi; et al. (Hrsg.): *Aisthesis: Wahrnehmung heute oder Perspektiven einer anderen Ästhetik. Essais.* 4. Aufl. Leipzig: Reclam, S. 34–46.

Foucault, Michel (2005): *Die Heterotopien. Der utopische Körper. Zwei Radiovorträge*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Friesen, Norm & Hug, Theo (2011): After the Mediatic Turn: McLuhan's Training of the Senses and Media Pedagogy Today. In: Fromme, Johannes; Iske, Stefan & Marotzki, Winfried (Hrsg.): *Medialität und Realität. Zur Konstitutiven Kraft der Medien.* Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 83–102.

Fromme, Johannes; Iske, Stefan & Marotzki, Winfried (Hrsg.) (2011): *Medialität und Realität. Zur konstitutiven Kraft der Medien*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Funken, Christiane; Löw, Martina (2002): Ego-Shooters Container. Raumkonstruktionen im elektronischen Netz. In: Maresch, Rudolf & Werber, Niels (Hrsg.): *Raum – Wissen – Macht.* Frankfurt/Main: Suhrkamp, S. 69–91.

Günzel, Stephan (Hrsg.) (2010): *Raum. Ein interdisziplinäres Handbuch*. Stuttgart [u.a.]: Metzler.

Günzel, Stephan (Hrsg.) (2008): *Raumwissenschaften*. Suhrkamp Verlag.

Günzel, Stephan (Hrsg.) (2007): *Topologie. Zur Raumbeschreibung in den Kultur- und Medienwissenschaften*. Bielefeld: Transcript.

Habermas, Jürgen (1992): *Faktizität und Geltung: Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.

the hammersmith group (2010): *The Internet of things: Networked objects and smart devices. Research report.* New York, Massachusetts: the hammersmith group.

Hempel, Leon & Metelmann, Jörg (Hrsg.) (2005): *Bild – Raum – Kontrolle. Videoüberwachung als Zeichen gesellschaftlichen Wandels*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Hug, Theo (Hrsg.) (2008): *Mediale Wende – Ansprüche, Konzepte und Diskurse*. Frankfurt am Main [u.a.]: Lang (= Siegener Periodicum zur internationalen empirischen Literaturwissenschaft).

Huizinga, Johan (2004): *Homo Ludens. Vom Ursprung der Kultur im Spiel*. 19. Aufl. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.

Innis, Harold (1999): Das Problem des Raums (1951). In: Pias, Claus; Vogl, Joseph; Engell, Lorenz; et al. (Hrsg.): *Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard*. Stuttgart: DVA, S. 134–154.

Köster, Ingo & Schubert, Kai (Hrsg.) (2009): *Medien in Raum und Zeit. Maßverhältnisse des Medialen*. Bielefeld: Transcript-Verlag.

Krämer, Sybille (2002): Verschwindet der Körper? In: Maresch, Rudolf & Werber, Niels (Hrsg.): *Raum – Wissen – Macht*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 49–68.

Kühme, Dorothea (1997): *Bürger und Spiel. Gesellschaftsspiele im deutschen Bürgertum zwischen 1750 und 1850.* Frankfurt/Main, New York: Campus (= Historische Studien).

Lefebvre, Henri (2009): *The Production of Space*. Malden [u.a.]: Blackwell.

Löw, Martina (2001): *Raumsoziologie.* Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Manovich, Lev (2002): *The Poetics of Augmented Space: Learning from Prada*. Abgerufen unter: http://manovich.net/DOCS/Augmented_2005.doc [Stand vom 22-07-2013].

Manovich, Lev & Thielmann, Tristan (2009): Geomedien: Raum als neue Medien-Plattform? Ein Interview mit Lev Manovich. In: Döring, Jörg & Thielmann, Tristan (Hrsg.): *Mediengeographie. Theorie – Analyse – Diskussion*. Bielefeld: Transcript Verlag, S. 383–396.

Maresch, Rudolf & Werber, Niels (Hrsg.) (2002): *Raum – Wissen – Macht*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Münker, Stefan (1997): Was heißt eigentlich: „virtuelle Realität“? Ein philosophischer Kommentar zum neuesten Versuch der Verdopplung der Welt. In: Münker, Stefan & Roesler, Alexander (Hrsg.): *Mythos Internet*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 108–127.

November, Valérie; Camacho-Hübner, Eduardo & Latour, Bruno (2010): Entering a risky territory: space in the age of digital navigation. *Environment and Planning D: Society and Space* 28 (4), S. 581–599

Ortner, Heike (2009): Tirols Standort in der Turing-Galaxis: Google-Earth aus medienlinguistischer Perspektive. In: Klettenhammer, Sieglinde (Hrsg.): *Kulturraum Tirol: Literatur – Sprache – Medien*. Innsbruck: Innsbruck University Press.

Poster, Mark (2000): Theorizing Virtual Reality: Baudrillard and Derrida. In: Sandbothe, Mike & Marotzki, Winfried (Hrsg.): *Subjektivität und Öffentlichkeit: kulturwissenschaftliche Grundlagenprobleme virtueller Welten*. Köln: Halem, S. 61–81.

Reutlinger, Christian; Fritsche, Caroline & Lingg, Eva (Hrsg.) (2011): *Raumwissenschaftliche Basics. Eine Einführung für die Soziale Arbeit*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften/Springer Fachmedien.

Rimbach, Daniel (2009): Öffentliche „Boule“-Plätze. Völker – kommt auf diesen Platz! *Free Lounge* 9 (3), S. 72–75.

Ruiz, Carlos et al. (2011): Public Sphere 2.0? The Democratic Qualities of Citizen Debates in Online Newspapers. The International Journal of Press/Politics 16 (4), S. 463–487.

Scharfe, Martin (2005): Signatur der Dinge. Anmerkungen zu Körperwelt und objektiver Kultur. In: König, Gudrun M. (Hrsg.): *Alltagsdinge. Erkundungen der materiellen Kultur*. Tübingen: Tübinger Vereinigung für Volkskunde eV, S. 93–116.

Schmidt, Siegfried J. (2007): Virtuelle Realitäten (1996). In: Bruns, Karin & Reichert, Ramón (Hrsg.): *Reader Neue Medien: Texte zur digitalen Kultur und Kommunikation*. Bielefeld: Transcript, S. 141–151.

Schroer, Markus (2006): *Räume, Orte, Grenzen. Auf dem Weg zu einer Soziologie des Raums*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Simmel, Georg (1983): Soziologie des Raums (1903). In: Dahme, Heinz-Jürgen & Rammstedt, Otthein (Hrsg.): *Schriften zur Soziologie: eine Auswahl*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 221–242.

Taylor, T.L. (2006): *Play Between Worlds. Exploring Online Game Culture*. Cambridge: MIT Press.

Vries (2009): The vanishing points of mobile communication. In: van den Boomen, Marianne; Lammes, Sybille; Lehmann, Ann-Sophie; et al. (Hrsg.): *Digital Material. Tracing New Media in Everyday Life and Technology*. Amsterdam: Amsterdam University Press, S. 81–94.

Welsch, Wolfgang (1998): „Wirklich“. Bedeutungsvarianten – Modelle – Wirklichkeit und Virtualität. In: Krämer, Sybille (Hrsg.): *Medien, Computer, Realität: Wirklichkeitsvorstellungen und Neue Medien*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 169–212.

Willis, Katharine S. (2007): Sensing Place – Mobile and Wireless Technologies in Urban Space. In: Frers, Lars & Meier, Lars (Hrsg.): *Encountering urban places. Visual and Material Performances in the City*. Aldershot/Hampshire: Ashgate, S. 171–181.

Fundament

Immaterialität oder Hypermaterialität? Hermeneutisch-phänomenologische Überlegungen zur Entmaterialisierungshypothese

Andreas Beinsteiner

Zusammenfassung

Von verschiedenen Theoretikerinnen und Theoretikern wurde Immaterialität als zentrales Charakteristikum neuer Medien und insbesondere computergenerierter virtueller Welten bestimmt. Diese „Entmaterialisierungshypothese“ (Brown 2010, S. 49) – so der Common Sense der neueren Medientheorie – sei heute nicht mehr haltbar, operiere sie doch mit einer zu simplen Gegenüberstellung von Realität und Medialität. Vor allem durch die zunehmende Verflechtung von Online- und Offlinewelt werde offensichtlich, dass Wirklichkeit stets schon medial vermittelt war. Gerade angesichts dieses Verschmelzens von Cyberspace und physischer Alltagsrealität stellt sich jedoch die Frage nach Konzepten, mit denen diese zwei Raumarten, ihre Unterschiede und jeweiligen Spezifika angemessen beschrieben werden können. Hierfür bietet sich Martin Heideggers phänomenologischer Begriff der Erde an, der Materialität diesseits des Gegensatzes real vs. medial zu denken versucht.

I. Die Entmaterialisierungshypothese

Das Thema, das im Folgenden diskutiert werden soll, ist uns allen aus unserem Alltag wohlvertraut. Wenn wir uns im Internet bewegen, so unterscheidet sich diese Bewegung erheblich von einer Bewegung im physischen, dreidimensionalen Raum. Offenbar – wie auch in mehreren Beiträgen des vorliegenden Bandes deutlich wird – erzeugen neue Medien auch *neuartige Räume*, die man auf vielfältige Weisen konzeptualisieren kann. Und selbst wenn computergenerierte Räume so programmiert werden, dass sie sich an physischen Räumen orientieren (wir kennen das von zahlreichen Computerspielen, Flugsimulatoren usw.), so fällt ein signifikanter Unterschied zur Alltagsrealität auf: dass wir es dort nicht mit physischen Dingen oder Menschen zu tun haben, die wir z.B. berühren könnten.

Diese Alltagsintuition wird auch in wissenschaftlichen Diskursen gelegentlich thematisiert. So spricht etwa der Archäologe Colin Renfrew, Begründer der kognitiven Archäologie, von einer „dematerialization of material culture“, die mit der Trennung „between communication and substance“ einhergehe. Das Bild werde zunehmend elektronisch und nicht mehr berührbar, der Umgang mit der materiellen Welt, in der das materielle Objekt die Quelle des Sinns war, sei bedroht (zit. nach Brown 2010, S. 51). Mit dem amerikanischen Literaturwissenschaftler Bill Brown kann diese Diagnose als „Entmaterialisierungshypothese“ gefasst werden, und diese sieht sich in der neueren Medientheorie mit harscher Kritik konfrontiert. Auf diese Kritik und ihre Hauptargumente möchte ich im Folgenden näher eingehen. Nicht unerwähnt bleiben sollte aber der Umstand, dass die Entmaterialisierungshypothese deutlich seltener vertreten wird, als

der Umfang der Kritik daran vermuten lässt. Zu Letzterer gibt es nämlich zahlreiche Publikationen, während etwa bei den großen Apokalyptikern des Cyberspace wie Jean Baudrillard und Paul Virilio, die sich eingehend mit neuen Medien und einem durch sie verursachten Wirklichkeitsverlust befasst haben, der Begriff ‚Entmaterialisierung' nahezu überhaupt keine Rolle spielt.[1] Das überrascht, unter anderem deshalb, weil die Rede von Entmaterialisierung – sofern dabei von einem angemessenen Materialitätsbegriff ausgegangen wird, wie er im Zuge der folgenden Überlegungen entwickelt wird – durchaus plausibel ist, jedenfalls deutlich plausibler als die von einem *Wirklichkeits*verlust durch neue Medien.[2] Bevor alternative Beschreibungsweisen der Problematik vorgestellt werden können, ist aber auf die medientheoretische Kritik der Entmaterialisierungshypothese einzugehen.

II. Medientheoretische Kritik

Zunächst wäre in aller Kürze zu klären: Was ist überhaupt Medientheorie? Es handelt sich dabei um eine Reihe sehr verschiedenartiger Theoriegebäude, die sich seit der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts entwickelt haben und die eine Intuition teilen. Diese hat der kanadische Literaturwissenschaftler Marshall McLuhan, der von vielen auch als Begründer der Medientheorie angesehen wird, folgendermaßen zum Ausdruck gebracht: „The medium is the message." (McLuhan 2003, S. 17) Medientheorie setzt sich nicht in erster Linie mit den Inhalten medialer Kommunikation auseinander, sondern mit den Medien selbst, denn – so der Grundgedanke – diese strukturieren Kommunikation, Denken, Gesellschaft und Wirklichkeit überhaupt in maßgeblicher Weise.

In der medientheoretischen Auseinandersetzung mit der Entmaterialisierungshypothese lassen sich drei wesentliche Kritikpunkte ausmachen. Kritisiert werden dabei (1) die Entgegensetzung

---

[1] Sybille Krämer (2002) betrachtet „Dematerialisierung" als kleinsten gemeinsamen Nenner der Entwürfe von Norbert Wiener, Marshall McLuhan, Hans Moravec und Jean-François Lyotard; Brown (2010) muss auf die Archäologie ausweichen, um einen zitierfähigen Vertreter zu finden. Van den Boomen et al. orten den „Mythos des Immateriellen" (2009, S. 10) u.a. bei Nicholas Negroponte sowie in John Perry Barlows Unabhängigkeitserklärung des Cyberspace (http://www.heise.de/tp/artikel/24/24265/1.html, Stand vom 07.03.2013). Auf Barlow bezieht sich des Weiteren Münker (2009), der auch auf die Magna Charta für das Zeitalter des Wissens von Esther Dyson et al. (http://www.pff.org/issues-pubs/futureinsights/fi1.2magnacarta.html, Stand vom 07.03.2013) hinweist.

[2] Für eine Kritik der Annahme eines Wirklichkeitsverlustes durch „virtuelle Realität" vgl. Münker 2009. Münker versteht diese als ein Erbe der parmenideischen Entgegensetzung von wahrem Sein und Schein: „Um eine Realität im Sinn des skizzierten Konkurrenzverhältnisses als eine *bloß* virtuelle zu bestimmen, muss man offensichtlich davon ausgehen, dass es eine *ursprünglichere* Wirklichkeit gibt, zu der jene erst hinzutritt – um ihr dann möglicherweise die Vorherrschaft streitig zu machen. Darin aber lässt sich nun unschwer die parmenideische Logik vom wahren Sein wiedererkennen. Wer *virtuelle* Realität sagt, unterstellt damit zugleich – gewollt oder ungewollt –, es gebe *eine einzige eigentliche und wahre* Wirklichkeit." (S. 119, Hervorhebungen hier und in allen weiteren Zitaten im Original) Die Plausibilität dieser Unterstellung weist Münker zurück und folgert, „daß sich das Virtuelle zumindest nicht auf dem Weg einer kategorischen Abgrenzung gegen das Reale verstehen lässt." (S. 120)

von Materialität und Medialität, (2) fehlendes Bewusstsein für die Materialitäten der Kommunikation und (3) die technikdeterministische Hypostasierung des Immateriellen zu einem autonomen Bereich.[3]

Ad 1: Die Entgegensetzung von Materialität und Medialität

Zurückgewiesen wird dabei vor allem die simplifizierende Gegenüberstellung von Medialität und Materialität. So führt Brown (2010, S. 51) aus:

> "'Medium,' in this argument, names that which prevents some more immediate access to 'things in themselves'; thus media by definition have a dematerializing effect. And yet, of course, Kant argued that 'dealing with things in themselves' is an impossibility within human experience because things themselves (things in themselves) remain elusive; we know the world only as it is mediated by perceptual categories (time, space, cause and effect, and so on.)"

Schon Immanuel Kant habe, indem er das Ding an sich als unerkennbar und nur über die Anschauungsformen von Raum und Zeit (die für Kant eben der menschlichen Wahrnehmung und nicht der Wirklichkeit zuzuordnen waren) zugänglich ausgewiesen habe, die Möglichkeit eines unmittelbaren Zugangs zur Wirklichkeit in Frage gestellt. Die Stelle der Kant'schen Anschauungsformen haben in der Medientheorie vielfach die Medien selbst eingenommen,[4] die mit ihren geschichtlich sich wandelnden Formen als ein „historisches Apriori“[5] fungieren, also als etwas, das Wirklichkeit *immer schon* vermittelt. Umgekehrt sei es genau die Illusion von Unmittelbarkeit, die jeglicher Feststellung eines Wirklichkeitsverlustes durch Medialisierung zugrunde liege:

> "When critics view media as a threat to materiality, they generally mean that our human experience of materiality has been compromised, and they thus extend paradigmatic claims about modernity, which tend to retroproject some prelapsarian intimacy with the real." (Brown 2010, S.52)

---

[3] Auch Krämer (2002) hat sich mit der Problematik auseinandergesetzt, ihre Einwände beziehen sich jedoch nicht unmittelbar auf Entmaterialisierung, sondern mehr auf das angebliche *Verschwinden des Körpers des Users*, der sich in einer *Virtual-Reality*-Umgebung bewegt. Krämer konstatiert ganz im Gegenteil, dass der Körper (und zwar gerade der cartesianisch gefasste Körper) eine Notwendigkeit bleibt, um überhaupt mit dieser Umgebung interagieren zu können.

[4] In diesem Zusammenhang hat etwa Reinhard Margreiter (2002) an die neukantianische Philosophie der symbolischen Formen von Ernst Cassirer angeknüpft. Krämer (1997) hat (neben anderen Medien) auch die virtuelle Realität als symbolische Form konzeptualisiert und auf ihre „Weltbildimplikationen“ (S. 49) befragt.

[5] Der Begriff des historischen Apriori stammt von Michel Foucault. Dessen Konzeption sollte allerdings das Kant'sche Apriori nicht ersetzen, insofern beide auf unterschiedlichen Ebenen angesiedelt sind. Das historische Apriori bezeichnet bei Foucault nämlich „nicht Gültigkeitsbedingungen für Urteile, sondern Realitätsbedingungen für Aussagen“ (Foucault 1973, S. 184).

Wird dieser Wirklichkeitsverlust näherhin als Entmaterialisierung bestimmt, so spielt bei der Diagnose meistens die Ablösung eines taktilen Zugangs zu den Dingen durch einen visuellen eine Rolle. Etwa Fotografie und Film erlauben nicht mehr, die aufgezeichneten Dinge zu berühren, sondern nur mehr sie anzusehen. Dem Taktilen wird hier also das Privileg höherer Unmittelbarkeit als dem Visuellen zugesprochen.

Wenn neue Medien auftauchen, kann sich die Illusion der Unmittelbarkeit auf die nunmehr alten Medien verlagern:

> “New media always seem to provoke this old melodrama. One of the ironies of the digital regime (the visual register) has been the extent to which photography and film are now reputed to have had intimate contact with the material world.” (Brown 2010, S. 53)

Wirklichkeit, so eben der Common Sense der neueren Medientheorie, sei grundsätzlich medial vermittelt. Was sich wandelt, seien lediglich die jeweiligen historischen Weisen der Vermittlung. Aus dieser Perspektive ist die Gegenüberstellung von Medialität und Wirklichkeit zurückzuweisen, und somit insbesondere auch die von Medialität und Materialität.

Zu fragen bleibt allerdings – und darauf wird noch zurückzukommen sein –, ob die Entmaterialisierungshypothese tatsächlich notwendigerweise stets auf eine Illusion von Unmittelbarkeit rekurriert. Eng verknüpft mit dieser Kritik an der Unmittelbarkeitsillusion ist auch ein zweites Gegenargument.

Ad 2: Fehlendes Bewusstsein für Materialitäten der Kommunikation

Medientheoretikerinnen und -theoretiker weisen nämlich darauf hin, dass die Vermittlung oder Medialität, die stets am Werk ist, immer auch eine *materielle* Grundlage habe, weshalb die Entmaterialisierungshypothese noch drastischer fehlgehe: Ihr mangle es an Bewusstsein für die *Materialitäten der Kommunikation*[6] *selbst*. Ich zitiere weiterhin Brown (2010, S. 56):

> “[…I]nformation (and our access to it) relies on the physical support of communication technologies: integrated circuits depend on a silicon substrate; different optical fibers have different properties and serve different functions; any wireless communication depends on truckloads of wire.”

Ähnlich äußert sich auch der französische Medienphilosoph Bernard Stiegler (2010, S. 104f.):

---

[6] „Materialität der Kommunikation“ ist der Titel eines 1988 erschienenen Sammelbands, in dem programmatisch formuliert wurde: „[D]ie in der Gegenwart beliebig gewordene Möglichkeit der Sinn- und Informationsproduktion muß mit den technischen Bedingungen jener ‚Medien‘ zusammenhängen, in denen sich solche Produktion vorzugsweise abspielt.“ (Gumbrecht 1988, S. 15) Die Erforschung dieses Zusammenhangs wurde in den 1980er und 1990er Jahren mit Autoren wie Friedrich Kittler zum Kernthema der sich entwickelnden deutschen Medienwissenschaft.

> „Ich glaube nicht an ‚Immaterielles': *Es existiert nicht.* Das ist ein Wort, […] das eigentlich *flüchtige* Zustände der Materie bezeichnet, die aber dennoch Zustände der Materie bleiben. Es gibt nichts, was nicht ein Zustand *der Materie* wäre. Und um diese flüchtigen Zustände herzustellen, braucht man eine Menge *Hardware [materiel]*: viele *Apparate*."

Auch und gerade im Umgang mit neuen und neuesten Medien haben wir also stets mit Materiellem zu tun. Gerade auf die im Zusammenhang von Cyberspace und virtueller Realität populären Immaterialitätsvorstellungen zielt ein dritter Aspekt medientheoretischer Kritik an der Entmaterialisierungshypothese ab.

Ad 3: Das Immaterielle als autonomer Bereich: Technikdeterminismus

Die Herausgeberinnen und Herausgeber des Sammelbandes „Digital Material" (vgl. van den Boomen et al. 2009) kritisieren die den Diskursen um Hypertext, virtuelle Realität und Cyberspace – ob in ihren utopischen oder dystopischen Spielarten – zugrunde liegende Annahme, dass neue Medien eine Verlagerung vom Materiellen ins Immaterielle mit sich brächten; der Schwerpunkt ihrer Kritik ist allerdings anders gelagert als in den bisher vorgestellten Positionen. Hier geht es nun vor allem um eine spezielle Spielart des *Technikdeterminismus*, die Digitalität und Software als ontologisch immaterielle Determinanten neuer Medien auffasse. Als Determinismus bezeichnet man bekanntlich ein monokausales Erklärungsmuster, das alle Phänomene auf eine einzige Art von Ursachen zurückführt: Im Fall des Technikdeterminismus werden gesellschaftliche Entwicklungen ausschließlich als Resultat technischer Entwicklungen verstanden.

> "New media and their effects were thus framed as being 'hyper', 'virtual', and 'cyber' – that is, outside of known materiality, existing independently of the usual material constraints and determinants, such as material bodies, politics, and the economy." (ebd., S. 8)

Im Zentrum der Kritik steht hier vor allem die Hypostasierung einer immateriellen Sphäre, die sich autonom gegenüber jener Vielfalt von Faktoren verhalte, zu der neben Diskursen auch Weisen der sozialen Aneignung und des technischen Designs gehören. Zurückgewiesen wird also weniger die bloße *Annahme* eines immateriellen Bereichs als vielmehr dessen behauptete *Unabhängigkeit* gegenüber materiellen Determinanten. Ziel der Autoren ist demgegenüber

> "[…] mapping out how new media can be traced as digital material. One prevalent manner of doing so is by showing how technology is interwoven with culture and history. […] Our research is a quest for what may be termed the dynamics of media dispositifs, that is, tracing constellations of factors, including discursive formations, economic strategies, socio-cultural factors, as well as technological affordances and appropriation by users." (van den Boomen et al. 2009, S. 15)

Eine solche Kontextualisierung kann freilich nicht Medientheorie alleine leisten; es bedarf dazu einer interdisziplinären Herangehensweise, wie sie auch diesem Sammelband zugrunde liegt.

III. Alternative Beschreibungsweisen

Wenn die Entmaterialisierungshypothese in der bisher dargestellten Form nicht haltbar ist, stellt sich die Frage, wie die Transformationen, die mit dem Aufkommen neuer Medien verbunden sind, auf andere Weise konzeptualisiert werden können – überhaupt, wenn dennoch dem eingangs erwähnten Alltagsbefund Rechnung getragen werden soll, dass wir uns z.B. im Internet auf andere Weise bewegen als im physischen Raum. Im Folgenden werde ich auf einige solche begriffliche Vorschläge, die aus der Philosophie kommen, für eine in Hinblick auf ihre Materialität gewandelte Räumlichkeit eingehen.

1. Hypermaterialität und Immaterialien

Ich beginne dabei mit Bernard Stiegler, der anstelle von *Ent*materialisierung von *Hyper*materialisierung spricht:

> „Was wir im Alltag erleben, ist keineswegs eine Entmaterialisierung, sondern ganz im Gegenteil eine Hypermaterialisierung. Alles wird in Information umgewandelt, das heißt in Zustände der Materie, und zwar durch die Vermittlung von Hardware und Apparaten, wodurch das Umgewandelte auf der Ebene des Nanometer und der Nanosekunde kontrollierbar wird. Dieser Prozess führt zu einer immer ansehnlicheren Ausweitung der Zustände der formtragenden Materie, auf die man Zugriff hat und welche man von nun an im unendlich Kleinen und unendlich Kurzen zu bearbeiten in der Lage ist. Das macht die Materie unsichtbar. Das Problem ist folglich nicht die Immaterialität, sondern die Unsichtbarkeit der Materie." (Stiegler 2010, S. 106)

In dieser Konzeption Stieglers erweisen sich zwei Aspekte als relevant: zum einen der Umstand, dass Materialität in neuen Technologien *unterhalb der menschlichen Wahrnehmungsschwelle*[7] bleibt, zum anderen das Konzept der *Hypermaterialität*. Letztere fasst Stiegler genauer als einen

> „Diskretisierungsprozess, der nunmehr die Möglichkeit der Indexierung der Materie selbst eröffnet. In diesem Sinne lässt sich Hypermaterie auch als eine Materie definieren, die der Träger ihrer eigenen Metadaten ist, wie man das in den Kognitionstechnologien nennt." (Stiegler 2010, S. 107)

---

[7] Hierbei handelt es sich um einen Befund, der auch in den Arbeiten Friedrich Kittlers hohe Relevanz erlangt: „Was heute in einem eminenten Sinn von Sein ist, läßt sich prinzipiell nicht sehen, obwohl oder weil es das Sichtbare erst zu sehen gibt." (Kittler 2002, S. 35)

Hier ließe sich z.B. an RFID-Chips denken, an das „Internet der Dinge“ oder an andere Beispiele, wo physische Objekte mit Informationsinfrastrukturen überlagert werden.

Durchaus ähnliche Überlegungen hatte in den 1980er Jahren auch schon Jean-François Lyotard angestellt, jener Philosoph, dem wir das Konzept der *Postmoderne* verdanken. Lyotard hat 1985 am Centre Pompidou in Paris eine Ausstellung kuratiert, die sich mit neuen Technologien befasste und den Titel „Immaterialien“ (*les immateriaux*) trug. Die Wortneuschöpfung „immaterial“ sollte dabei nicht das Gleiche bedeuten wie „immateriell“, sondern vielmehr „eine Struktur, in der der herkömmliche Gegensatz zwischen Geist und Materie keinen Platz mehr hat.“ (Lyotard 1985, S. 23; die zitierte Formulierung prägte Jacques Derrida in einem Gespräch.) Lyotards Grundeinsicht war nämlich, dass es durch die neuen Technologien zu einer „zunehmende[n] gegenseitige[n] Durchdringung von Materie und Geist“ komme (Lyotard 1985, S. 25). „Das Materielle verschwindet als unabhängige Einheit. […] Das Modell der Sprache ersetzt das Modell der Materie.“ (Lyotard 1985, S. 81) Das Gemeinsame der Diagnosen von Lyotard und Stiegler besteht in der Auffassung, dass es nicht einfach zu einer Entmaterialisierung komme,[8] sondern dass die Sphäre von Sprache, Information und Konzeptualität sich zunehmend mit jener der Materialität *überlagert*. Ich werde darauf zurückkommen, wenn ich nun abschließend einen Materialitätsbegriff im Sinne der hermeneutischen Phänomenologie entwickle.

2. Materialität aus Perspektive der hermeneutischen Phänomenologie

Wieder ist zunächst die Frage zu klären: Was ist überhaupt hermeneutische Phänomenologie? Es handelt sich dabei um einen philosophischen Ansatz, der auf Martin Heidegger zurückgeht. Das Spezifische des Ansatzes lässt sich wohl am einfachsten über die Etymologie andeuten: Griech. *phainomenon* ist das, was sich zeigt. Phänomenologie ist daher, in ihren diversen Spielarten, eine Lehre von dem, was sich zeigt. *Hermes* war in der griechisch-antiken Mythologie der Götterbote, der – wenn sich die Götter nicht allzu klar ausdrückten (was wohl oft der Fall war) – die Botschaften, die er überbrachte, auch auslegen musste. Hermeneutik ist also die Wissenschaft vom Auslegen und Verstehen. Die hermeneutische Phänomenologie geht, sehr einfach gesagt, davon aus, dass das, was sich uns Menschen zeigt, sich (fast) immer als in einer bestimmten Weise *Verstandenes* zeigt: „Niemals vernehmen wir […] zunächst und eigentlich einen Andrang von Empfindungen, z.B. Töne und Geräusche, sondern wir hören den Sturm im Schornstein pfeifen, wir hören das dreimotorige Flugzeug […].“ (Heidegger 2003, S. 10) Bereits die Wahrnehmung ist Heidegger zufolge durch ein Verstehen strukturiert, das sich nicht leicht suspendieren lässt. „Es bedarf schon einer sehr künstlichen und komplizierten Einstellung, um ein ‚reines Geräusch’ zu ‚hören’. […] Das Dasein ist als wesenhaft verstehendes zunächst beim Verstandenen.“ (Heidegger 2001, S. 164)

---

[8] In Lyotards Ausführungen spielt allerdings die Rhetorik des Verlusts von Unmittelbarkeit, wie sie von der Medientheorie kritisiert wird, gelegentlich eine Rolle: „Es ist, als hätte man zwischen uns und den Dingen einen Filter gesetzt, einen Schirm von Zahlen.“ (Lyotard 1985, S.10)

Das „Dasein" – dieser Begriff wird in der Terminologie des frühen Heidegger gebraucht, anstatt vom Menschen zu sprechen – ist also Heidegger zufolge wesenhaft verstehend, und er hat das, was sich ihm zeigt, immer schon irgendwie verstanden. Damit stellt sich die Frage, woher dieses Vorverständnis von dem, was uns begegnet, kommt. Es handelt sich dabei um eine komplexe Frage, denn Heidegger zufolge kommt vieles von diesem Vorverständnis aus der Geschichte. Was aber auch in dieses Vorverständnis hineinspielt, sind die Dinge, mit denen wir es zu tun haben, selbst bzw. ihre Beschaffenheit.

Heideggers beliebtes Beispiel hierfür ist der Hammer (vgl. 2001, S. 69), der sich als Zeug zum Hämmern zu verstehen gibt: Seine Form und Beschaffenheit legen eine gewisse *Konzeptualisierung* des Hammers nahe, die, wie bei Gebrauchsgegenständen üblich, eine *Funktionalisierung* ist. „Das Hämmern selbst entdeckt die spezifische ‚Handlichkeit' des Hammers." (2001, S. 69) Der Hammer etabliert so, wie Heidegger sagt, ein bestimmtes „Um-Zu" (2001, S. 68) und verweist damit auf andere Gebrauchsdinge, Nägel zum Beispiel, die dann selbst wieder so ein „Um-Zu" etablieren, sodass insgesamt ein Bezugsgefüge entsteht, in dem wir uns orientieren können, wenn wir z.B. etwas basteln (vgl. 2001, S. 84). Dieses Orientierung gebende Bezugsgefüge, das Gebrauchsdinge durch ihre Beschaffenheit sowie ihre Bezogenheit aufeinander etablieren, ist die Pointe der Heidegger'schen „Zeuganalyse" (vgl. Heidegger 2001, §15–18).

Auch wenn Heideggers diesbezügliche Beispiele oft auf eine handwerkliche, uns antiquiert erscheinende Lebenswelt Bezug nehmen, lässt sich die Zeuganalyse ebenso auf die Bedienung eines Computers anwenden: Auch wer mit einem Computerprogramm, etwa einem Textverarbeitungsprogramm umgeht, ist mit einzelnen Objekten – Buttons z.B. in diesem Fall – konfrontiert, die sich in ihrem Um-Zu zu verstehen geben, ‚neues Dokument erstellen' etwa, oder ‚speichern'. Auch hier entsteht also ein Gesamtzusammenhang, in dem wir uns zurechtfinden und der somit auch ein Sinnzusammenhang ist.[9] Mit neuen Werkzeugen und Technologien entstehen immer neue Sinnzusammenhänge: Ein Statusupdate in einem Social Network oder auch eine PowerPoint-Präsentation zu erstellen, erscheint uns heute sinnvoll, während es uns überhaupt nicht in den Sinn gekommen wäre, bevor es die entsprechenden Technologien gab. Das gilt für neue Software gleichermaßen wie für neue physische Artefakte. Dennoch gibt es Unterschiede – und damit komme ich zum hermeneutisch-phänomenologischen Materialitätskonzept, dem Begriff der *Erde*. Dabei geht es darum, *wie Materialität sich uns zeigt*, also um *ihre sinnlichen Aspekte*, und um *deren Wechselwirkung mit unserem Verstehen*. Heidegger (2003, S. 33) charakterisiert den Begriff folgendermaßen:

> „Der Stein lastet und bekundet seine Schwere. Aber während diese uns entgegenlastet, versagt sie sich zugleich jedem Eindringen in sie. […] Die Farbe leuchtet auf und will nur leuchten. Wenn wir sie verständig messend in Schwin-

---

[9] Dass ein Verständnis von Technik als reines Mittel zu Zwecken, welche von Menschen – unabhängig von dieser Technik – verfolgt würden, nicht haltbar ist, ist die zentrale Einsicht von Heideggers „Frage nach der Technik" (2004b). Jean-Luc Nancy hat diese Verknüpfung von Technik und Sinn aufgegriffen und in Richtung einer *Sinngeschichte* (vgl. Hörl 2010) weitergedacht.

> gungszahlen zerlegen, ist sie fort. Sie zeigt sich nur, wenn sie unentborgen und unerklärt bleibt. […] Die Erde läßt so jedes Eindringen in sie an ihr selbst zerschellen. Sie […] ist das wesenhaft Sichverschließende."

Das klingt recht poetisch und unwissenschaftlich, und zwar unter anderem deshalb, weil Heidegger sich bewusst vom naturwissenschaftlichen Wissenschaftsverständnis abgrenzt. Gemeint ist hier, dass Materialität in keiner Konzeptualisierung bzw. Funktionalisierung – auch nicht in der naturwissenschaftlichen – voll aufgeht und dadurch immer zu neuen Konzeptualisierungen Anstoß gibt. Heidegger (2003, S. 35f.) spricht deshalb von einem „Streit" zwischen Welt und Erde, zwischen der Sphäre der Konzepte und der Sphäre der Materialität. Um zum Beispiel des Hammers zurückzukehren: Dieser legt ja – wie ausgeführt – aufgrund seiner Beschaffenheit nahe, als „Zeug zum Hämmern" konzeptualisiert zu werden. Beim Hammer scheint also – in der Sprache Heideggers – die *Erde* in der *Dienlichkeit* zu verschwinden (vgl. Heidegger 2003, S. 32). Und dennoch ist dieses Verschwinden nicht vollständig, der Hammer kann auch als Briefbeschwerer verwendet werden, als Hebel oder als Mordwaffe.[10] Die Materialität erschöpft sich nie in einer Konzeptualisierungsweise und gibt dadurch immer Anlass zu neuartigen *Ver-Wendungen*.[11]

An dieser Stelle mag die Leserin oder der Leser möglicherweise einwenden: „Ok, es kann schon sein, dass man den einen oder anderen Gegenstand auf verschiedene Arten gebrauchen kann, aber generell zu behaupten, dass Materialität nie in irgendeiner Weise des Verstehens aufgeht, ist wohl doch ein zu starkes Postulat." Man kann allerdings ‚den Spieß umdrehen' und fragen, woher denn überhaupt die Idee kommt, dass eine bestimmte Verstehensweise der Wirklichkeit angemessen sein könnte. Heidegger zufolge hat diese Idee ihren Ursprung in den monotheistischen Religionen, in welchen die Realität als Schöpfung Gottes verstanden wurde: Wenn Gott die Wirklichkeit geschaffen hat, so ist sein Plan – quasi der Bauplan – diejenige Beschreibungsweise, in der die Wirklichkeit voll und ganz aufgeht.[12] Wenn Galileo Galilei

---

[10] Jean Baudrillard (2008, S. 285f.) hat industriellen Konsumgütern diese Möglichkeit der Rekonzeptualisierung abgesprochen: „Als ob der Besitz eines Fernsehapparates oder einer Kamera eine neue Möglichkeit der Beziehung und des Austauschs eröffnete. Doch wohl nicht mehr als der Besitz eines Eisschranks oder eines Toasters." Dem muss widersprochen werden: Auch der standardisierteste industrielle Gebrauchsgegenstand lässt sich noch ver-wenden – bloß aufgrund seiner Materialität. Dies ist im Cyberspace nicht mehr möglich; die dort vorliegende restlose Identität von Objekt und Funktion war freilich zur Zeit der Abfassung seines Textes für Baudrillard noch nicht absehbar. Er hatte allerdings ganz recht damit, von der zunehmend operationalen Struktur der Gebrauchsgegenstände her deren Nicht-Verwendbarkeit zu argumentieren und in diesem Zusammenhang den Begriff des *Codes* heranzuziehen – schließlich sollte der *Computer*code zum Inbegriff der Operationalisierung werden.

[11] Die hier in Anlehnung an Baudrillard 2008 gebrauchte Bindestrich-Schreibweise (vgl. S. 296f.) rechtfertigt sich dadurch, dass der Gebrauch eben mit jeder neuartigen Verwendung eine neue Wendung erfährt. Im französischen Originaltext gebraucht Baudrillard den dem Situationismus entstammenden Begriff „détournement".

[12] „Die Möglichkeit der Wahrheit menschlicher Erkenntnis gründet, wenn alles Seiende ein ‚geschöpfliches' ist, darin, daß Sache und Satz in gleicher Weise ideegerecht und deshalb aus der Einheit des göttlichen Schöpfungsplanes aufeinander zugerichtet sind. Die veritas als adaequation rei (creandae) ad intel-

beispielweise sagt, das Buch der Natur wäre in der Sprache der Mathematik geschrieben, dann verwendet er den Schöpfungsgedanken, um den Anspruch der Naturwissenschaften zu begründen, dass eben mathematische Beschreibungsweisen die Wirklichkeit in ihrem Wesen darstellen könnten.[13] Mit dem theologischen Absolutheitsanspruch müsste demzufolge auch der naturwissenschaftliche fragwürdig werden – aber das ist eine Überlegung, die wir im vorliegenden Zusammenhang nicht weiter zu verfolgen brauchen.

Wesentlich hingegen ist, dass im Cyberspace die *Erde* bzw. die Widerständigkeit des Materiellen genau in dem Maße verschwindet, in dem es dort wirklich einen Schöpfergott gibt, nämlich den jeweiligen Programmierer. Jeder Button in einem Computerprogramm *hat* eine exakt definierte Funktion, nämlich die, die ihm der Programmierer im Quellcode zugewiesen hat. Jede Cyberspace-Environment ist eine Wirklichkeit, die völlig in *einer* Beschreibungsweise, nämlich dem zugrundeliegenden Programmcode, aufgeht.[14] An dieser Stelle ist an die vorhin erwähnte Diagnose von Lyotard bzw. Stiegler zu erinnern, dass es bei neuen Technologien zu einer zunehmenden Überlagerung von Sprache bzw. Konzeptualität und Materialität kommt. In der Terminologie der hermeneutischen Phänomenologie ließe sich dies dahingehend paraphrasieren, dass die *Erde* – die sinnlich wahrnehmbare Materialität, die sich keinem Verstehen restlos fügt – in diesen Technologien verschwindet. Ich möchte das abschließend an zwei kurzen Beispielen verdeutlichen:

Der französisch-amerikanische Künstler Marcel Duchamp stellte 1917 ein Pissoir ins Museum und betitelte es als „The Fountain“. Dabei handelt es sich um einen wesentlichen Moment für die weitere Entwicklung der Kunst im 20. Jahrhundert, die uns hier nicht weiter zu interessieren braucht. Wichtig ist im vorliegenden Zusammenhang, dass ein funktionaler Gegenstand auf gänzlich andere Weise ver-wendet und damit völlig neu konzeptualisiert wurde.[15] So eine Ver-

---

lectum (divinum) gibt die Gewähr für die veritas als adaequatio intellectus (humani) ad rem (creatam). Veritas meint im Wesen überall die conventia, das Übereinkommen des Seienden unter sich als eines Geschaffenen mit dem Schöpfer, ein ‚Stimmen‘ nach der Bestimmung der Schöpfungsordnung.“ (Heidegger 2004c, S. 180f.)

[13] In dieser naturwissenschaftlichen Metaphysik mag auch ein Grund dafür liegen, dass – wie es in Diskussionsbeiträgen zur hier behandelten Thematik nicht selten geschieht – Wirklichkeitsverlust und Materialitätsverlust vorschnell gleichgesetzt werden. Richard Rorty (1982, S. 22) formuliert den Einwand gegen die Privilegierung des naturwissenschaftlichen Weltbildes folgendermaßen: „So gesehen, erfinden große Naturwissenschaftler Beschreibungen der Welt, die dem Zweck der Vorhersage und Kontrolle dessen, was geschieht, dienen können, ganz so, wie Dichter und politische Denker andere Beschreibungen zu anderen Zwecken erfinden. In keinem Sinn aber ist auch nur eine dieser Beschreibungen eine genau zutreffende Darstellung der Weise, wie die Welt an sich ist.“

[14] Nach Krämer (1997, S. 33f.) buchstabiert die computergenerierte Virtualität „ein phänomenales Gegebensein in den Termini symbolischen Erzeugtseins“, sodass es zu einer „‚Ontologisierung‘ des Kalküls“ komme.

[15] Der Kunstwerk-Status des Pissoirs wurde in einer dadaistischen Zeitschrift gerade anhand dieser Rekonzeptualisierung gerechtfertigt: „He took an article of life, placed it so that its useful significance disappeared under the new title and point of view – created a new thought for that object.“ (zit. nach http://de.wikipedia.org/wiki/Fountain_%28Duchamp%29, Stand vom 07.03.2012)

Wendung ist einzig und allein aufgrund der Materialität des Objekts möglich. Zum Vergleich kann jedes beliebige Objekt in einem computerprogrammierten Raum herangezogen werden: Mit dem *Buy-with-one-Click*-Button von Amazon wird man niemals etwas anderes machen können als einen Artikel mit einem Mausklick zu kaufen, mit einer Waffe in einem Ego-Shooter-Spiel niemals etwas anderes als schießen. Das restlose Aufgehen eines Dings in einer Konzeptualisierung bzw. Funktion ist in der physischen Welt ebenso unmöglich, wie es im Cyberspace unvermeidbar ist.[16]

Wenn man also Materialität nicht als Gegensatz zur Medialität begreift, sondern im skizzierten Sinne hermeneutisch-phänomenologisch denkt, ergibt es sehr wohl Sinn, von einer Entmaterialisierung in computergenerierten Räumen zu sprechen. Mit dieser wäre dann freilich kein Wirklichkeits*verlust*[17] verbunden, sondern ein Wandel in der *Tiefenstruktur* der Wirklichkeit.[18] Es ist fraglich, ob die Medientheorie ihren eigenen Anspruch – nämlich das Wechselverhältnis von Medien und Gesellschaft, Kommunikation, Denken und Wirklichkeit zu erhellen – hinsichtlich des Digitalen einlösen wird können, ohne diesen Wandel zur Kenntnis zu nehmen.

Literatur

Baudrillard, Jean (2008): Requiem für die Medien. In: Pias, Claus et al. (Hrsg.): *Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard*. München: Deutsche Verlags-Anstalt, S. 279–99.

Van den Boomen, Marianne et al. (2009): Introduction. In: Dies. (Hrsg.): *Digital Material. Tracing New Media in Everyday Life and Technology.* Amsterdam: Amsterdam University Press, S. 7–17. Abgerufen unter: http://www.let.uu.nl/tftv/nieuwemedia/images/uploads/Digital-Material.pdf [Stand vom 10-08-2012.]

Brown, Bill (2010): Materiality. In: Mitchell, William J. Thomas & Hansen, Mark B.N.: *Critical Terms for Media Studies*. Chicago: University of Chicago Press, S. 49–63.

[16] Die hier vorgebrachte These vom Verschwinden der Erde *innerhalb* eines jeweiligen computergenerierten Raumes bestreitet keineswegs die von Bernard Stiegler (vgl. Abschnitt III.1 im vorliegenden Text) betonte, sich der Wahrnehmung – insbesondere derjenigen des gewöhnlichen Users – entziehende Materialität der Hardwarestrukturen, die das Generieren solcher Räume überhaupt erst *ermöglicht*. Die Frage nach einer möglichen Ver-Wendbarkeit dieser Hardware selbst kann im Rahmen des vorliegenden Texts nicht behandelt werden, spielt aber auch „*zunächst und zumeist*“, das heißt in der „Alltäglichkeit“ (Heidegger 2001, S. 16) des Computergebrauchs eine untergeordnete Rolle.

[17] Insofern Heidegger (2004a, S. 168) die Realtität als das fasst, das uns *angeht* – „[d]as Angehende ist das Reale der res“ –, wäre es aus hermeneutisch-phänomenologischer Perspektive absolut unplausibel, die computergenerierten Räume, denen für unser alltägliches Leben immer mehr Relevanz zukommt, als irreal zu bezeichnen. Münkers These, dass sich das Virtuelle nicht in Abgrenzung gegen das Reale verstehen lässt, ließe sich also auch von Heidegger her rechtfertigen.

[18] Margreiter (2002) betrachtet gerade die Auseinandersetzung mit solchen Veränderungen als die spezifische Aufgabe der *Philosophie*.

Foucault, Michel (1973): *Archäologie des Wissens.* Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Gumbrecht, Ulrich & Pfeiffer, Karl Ludwig (1988): *Materialität der Kommunikation*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Heidegger, Martin (2001): *Sein und Zeit*. Tübingen: Niemeyer.

Heidegger, Martin (2003): Der Ursprung des Kunstwerks. In: Ders.: *Holzwege.* Frankfurt am Main: Klostermann, S. 1–74.

Heidegger, Martin (2004a): Das Ding. In: Ders.: *Vorträge und Aufsätze*. Stuttgart: Klett-Cotta, S. 157–175.

Heidegger, Martin (2004b): Die Frage nach der Technik. In: Ders.: *Vorträge und Aufsätze*. Stuttgart: Klett-Cotta, S. 9–40.

Heidegger, Martin (2004c): Vom Wesen der Wahrheit. In: Ders.: *Wegmarken.* Frankfurt am Main: Klostermann, S. 177–202.

Hörl, Erich (2010): Die künstliche Intelligenz des Sinns. *Zeitschrift für Medien- und Kulturforschung (ZMK)* 2, S. 129–147.

Kittler, Friedrich (2002): *Optische Medien*. Berlin: Merve.

Krämer, Sybille (1997): Zentralperspektive, Kalkül, Virtuelle Realität: Sieben Thesen über die Weltbildimplikationen symbolischer Formen. In: Vattimo, Gianni & Welsch, Wolfgang (Hrsg.): *Medien-Welten Wirklichkeiten*. München: Fink, S. 27–38.

Krämer, Sybille (2002): Verschwindet der Körper? In: Maresch, Rudolf & Werber, Niels (Hrsg.): *Raum – Wissen – Macht*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 49–68.

Lyotard, Jean-François (1985): Immaterialität und Postmoderne. Berlin: Merve.

Margreiter, Reinhard (2002): Was heißt und zu welchem Ende betreiben wir Medienphilosophie? In: Albertz, Jörg (Hrsg.): *Anthropologie der Medien*. Berlin: Freie Akademie, S. 37–50.

McLuhan, Marshall (2003): *Understanding Media. The Extensions of Man.* Corte Madera: Ginko Press.

Rorty, Richard (1992): *Kontingenz, Ironie und Solidarität*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Stiegler, Bernard (2010): *Hypermaterialität und Psychomacht*. Zürich: Diaphanes.

Medien – Materialitäten – Räume: Zur Analyse eines Wirkungszusammenhangs

Siegfried J. Schmidt

Zusammenfassung

Turn-Theorien neigen zu Universalitätsansprüchen und dazu, mit Dichotomien zu argumentieren – entweder Raum oder Zeit usw. In diesem Beitrag wird dafür plädiert, nicht dichotomisch, sondern dialektisch zu argumentieren. Dieser Vorschlag wird an den Themen Raum und Zeit, Medium, Identität und Internet illustriert.

Probleme von Turn-Theorien

Das Nachdenken über Räume ist nicht gerade neu, aber es hat seit einigen Jahren eine bemerkenswerte Konjunktur. Wie bei allen Konjunkturen fragt man sich, ob dieser *Spatial Turn* eine Mode oder eine späte Einsicht ist. Für beide Annahmen gibt es meines Erachtens gute Gründe. Gerade deshalb ist die Situation so unübersichtlich. Es gibt konkurrierende Schlagworte wie etwa *Topographical Turn* oder *Topological Turn*. Es gibt Konkurrenz-Turns – wir leben offenbar in einer Zeit, die sich mit Turns gut auskennt. Der *Linguistic Turn* war vielleicht der erste. Im Moment gibt es u.a. den *Performative Turn*, den *Iconic Turn*, den *Pictorial Turn*, den *Translational Turn* u.s.w.

Ich möchte mit einigen kurzen Bemerkungen zu den Turn-Philosophien beginnen, zuerst mit einer kurzen Anmerkung zu den ‚Turnereien‘: Nehmen wir den *Linguistic Turn*. Er gilt als eine genuine Erfindung des vorigen Jahrhunderts. Das ist historisch nicht zutreffend, denn es gab im 19. Jahrhundert eine Reihe von damals sehr bekannten Linguisten und Sprachphilosophen, wie etwa Gustav Gerber, Georg Runze oder Friedrich Max Müller, die die Grundgedanken des *Linguistic Turn* fast bis in Einzelheiten vorweg entwickelt haben. Es ist faszinierend zu lesen, wie in den Publikationen der genannten Autoren Formulierungen wörtlich vorkommen, die erst später bei Wittgenstein auftauchen. Im Laufe des 19. Jahrhunderts wurde offenbar ein *Linguistic Turn avant la lettre* vorgenommen, der schließlich in den Arbeiten von Wittgenstein kulminierte, obwohl Wittgenstein bezeichnenderweise keinen dieser Autoren kannte. Als ich zu Gerber, Runze und Müller arbeitete, habe ich noch lebende Enkel der Autoren dazu befragt, und sie haben mir diese Vermutung bestätigt.

Zurück zum ‚Turn-Around‘. Was ist an diesen Turn-Philosophien problematisch? Zunächst einmal sind die Begriffsbestimmungen unübersichtlich, da etwa die Raumbegriffe stark divergieren und man von einer Proliferation, von einer Wucherung von Raumkonzepten sprechen kann. Ich habe aus der Literatur nur die wichtigsten zusammengestellt: Da gibt es den körperlichen Raum, den sozialen Raum, den symbolischen Raum, den politischen Raum, den geogra-

phischen Raum, den mythischen Raum – und diese Aufzählung ist sicher nicht vollständig. Das ist das erste wissenschaftstheoretische Dilemma: Die Raumbegriffe sind vage.

Ein zweites Dilemma besteht darin, dass Turn-Theorien – welcher Art auch immer – dazu tendieren, All- oder Universaltheorien werden zu wollen, die auf Dichotomien basieren. So gibt es in der Raum-Diskussion entweder Raum oder Zeit, entweder den physikalischen oder den sozialen Raum, entweder den Container-Raum oder den relationalen Raum. Bei all diesen Dichotomien drängt sich die Frage auf, wer diese Dichotomien setzt und wie die beiden Elemente der Dichotomie bewertet werden.

Mein dritter Einwand ist allgemeiner Art: Alle Turn-Theorien scheinen davon auszugehen, dass gesellschaftliche Entwicklungen unidirektional und linear-kausal verlaufen. Dagegen spricht jedoch die Beobachtung, dass gesellschaftliche Entwicklungen in aller Regel kreiskausal und eben nicht unidirektional verlaufen. Das heißt, der hinter universalisierenden Theorien steckende Anspruch, die Blaupause für gesellschaftliche Entwicklungen identifiziert zu haben, ist meines Erachtens wissenschaftstheoretisch außerordentlich problematisch.

Was möchte ich in diesem Beitrag tun? Sie alle sind wahrscheinlich in irgendeinem Bereich Spezialisten, Profis, was Raumdiskussionen angeht. Ich möchte deshalb nicht Ihr Spezialistentum zu erweitern versuchen, sondern ich möchte versuchen, die Diskussion über die Raumthematik so zu systematisieren, dass man die einzelnen Spezialitäten einordnen und miteinander in Verbindung bringen kann. Das bedeutet, wenn ich meine eigene Kritik ernst nehme, muss ich zuerst einmal an die Begriffe heran. Und vor allem hier an die Begriffe Raum und Zeit. Meine Strategie bei der Auseinandersetzung mit solch schweren Begriffen ist die, dass ich versuche, diese Hauptwörter sozusagen zu verflüssigen, also nicht über ‚den Raum' und ‚die Zeit' zu reden. Ich versuche also nicht, diese Begriffe nominal zu definieren, denn das schafft philosophische Pseudo-Probleme: In dem Moment, in dem man Raum und Zeit nominalisiert, braucht man Referenzen für den Raum und für die Zeit. Damit sind wir mittendrin im philosophischen Dilemma, denn solche Referenzbestimmungen sind in der Regel unmöglich. Vielmehr geht es darum, zwei Strategien anzuwenden. Die erste fragt: Was machen wir denn eigentlich für lebensweltliche Erfahrungen im Gebrauch mit Wörtern wie Raum und Zeit, wenn wir denn überhaupt in lebensweltlichen Zusammenhängen von Raum und Zeit reden und nicht etwa von Raumbedingungen, Raumarten, Zeitbedingungen, Zeitarten und dergleichen mehr?

Als Beobachter erster Ordnung, also als jemand, der diese Begriffe lebensweltlich gebraucht, gibt es eine Fülle von unproblematischen Verwendungen. „Letztes Jahr waren wir da und da", „In zwei Stunden geht unser Zug", „Der Raum ist voller Menschen". Bei diesen Verwendungsweisen haben wir keine Probleme, weil wir eben nicht nach *dem* Raum und *der* Zeit fragen, sondern danach, wie viele Leute in diesem Raum sind und wie spät es ist. Das ist sozusagen die Ausgangssituation, und ich bin der Ansicht, dass man gut daran tut, bei philosophischen Problemen von lebensweltlichen Erfahrungen auszugehen – das ist es ja, was man auch in der ‚Ordinary Language Philosophy' lernen konnte.

Die zweite Strategie versucht, explizite Beschreibungen, Definitionen, Explikationen und Modellierungen von dem, was wir Raum und Zeit nennen, zu ermitteln, um zu sehen, wie sie in unterschiedlichen Kontexten funktionieren. Also: Wie sprechen wir im Bereich der Technik, im Bereich der Wissenschaft, im Bereich der Philosophie über das, was wir Raum und Zeit nennen? Das ist die Beobachtungsperspektive zweiter Ordnung. Das heißt, wir beobachten den Gebrauch von Verwendungen der Begriffe Raum und Zeit auf der Beobachtungsebene erster Ordnung. Das Problem bei solchen Beobachtungen zweiter Ordnung besteht dann darin, dass man das Verhältnis von Raum und Zeit bestimmen muss. Damit wird klar, dass die Pluralität von Raum- und Zeitbegriffen, Raum- und Zeitkonzepten auf der Ebene der Beobachtung erster Ordnung, also der alltäglichen Sprachhandlungen, zum Gegenstand von reflexiven Beobachtungen werden muss, sobald wir anfangen, wissenschaftlich oder philosophisch zu reden. Dann zeigt sich, dass Raumkonzepte sozio-kulturell orientierte Beobachterkonzepte sind. Die Strategie ist, nicht zu fragen, was die Referenz von Raum und Zeit ist, sondern: Wer redet wie über Raum und Zeit unter welchen Bedingungen? Hier zeigt sich, dass solche Beobachterkonzepte Bezugnahmen auf Erfahrungen benennen, und zwar auf Erfahrungen mit Grenzen, mit Nähe und Distanz, mit Fixiertheit und Nachbarschaft, mit Personen und Objekten.

Ein wichtiger Punkt ist hier die Notwendigkeit der Körpergebundenheit als Erfahrungsbasis. Wir können gar nicht anders, als vom Körper auszugehen, wenn wir Bezüge herstellen wollen – worauf sollen sich sonst Bezüge richten? –, und den Körper als Erfahrungsbasis in den Blick zu bekommen. Daraus ergibt sich der Befund: Räume werden als Orientierungsinstrumente für handelnde und argumentierende Bezugnahmen konstituiert. Das heißt, dass wir immer dann, wenn wir eine Form von Bezugnahme körpergebunden realisieren, kulturelle Konzepte von Raum als Orientierungsrahmen für solche Bezugnahmen verwenden. Wenn wir über Raum sprechen, macht es daher wenig Sinn, Raum definieren zu wollen. Es macht aber sehr viel Sinn, sich die Prozesse anzusehen, in denen man auf Raum Bezug nimmt. Raum erscheint nun als ein sozialer kommunikativer Prozess, dessen Ergebnis wiederum Handlungen und soziale Prozesse beeinflusst. Damit bekommen wir die typisch reflexive Struktur von Beobachtungen zweiter Ordnung von Bezugnahmen auf Bezugnahmen. Das bedeutet, dass sich das Reden über Raum und die Art, wie wir Raum konzipieren, notwendigerweise gegenseitig beeinflussen. Wir bekommen also keine problemlose Ebene, auf der wir überhaupt über Raum reden, sondern das Reden über Raum ist Resultat unserer Bezugnahmen auf Raum und beeinflusst unsere Vorstellungen von Raum.

Raum und Zeit

Nun kommen wir zum Zusammenhang zwischen Raum und Zeit. Raum und Zeit bilden einen Wirkungszusammenhang, da keines ohne das andere bestimmt werden kann. Und wie Raum auch ist Zeit ein sozio-kulturelles Beschreibungsprodukt und keine Entität: Beschrieben werden Erfahrungen des Übergangs – in vielfältigen Bereichen, auf vielfältige Weise, aber im Kern ist das, was wir mit Zeit kommunikativ-kulturell anstellen, eine Beschreibung von Über-

gängen. Dabei nehmen wir soziokulturelle Deutungsmuster in Anspruch und verwenden Symbole, die Bezugnahmen auf zeitliche Erfahrungen in den jeweiligen Räumen semantisch orientieren. Auch hier sehen wir diesen komplizierten Prozess der Bedingungen für soziokulturelle kommunikative Prozesse. Auf der anderen Seite ist die Rückwirkung, also die Reflexivität, die Art, wie wir uns auf Zeit beziehen, geprägt von den kulturellen Deutungsmustern, die wir für diese Beziehungen haben. Doch die Grundlage dafür bilden Erfahrungen mit Übergängen. Damit wird klar, dass es eben nicht nur die Uhrenzeit geben kann, also die lineare Progression von kulturell festgelegten Einheiten, sondern dass es für die verschiedenen Übergänge verschiedene Deutungsmuster, verschiedene Empfindungsmuster, verschiedene Beschreibungsmuster geben muss – und tatsächlich geben kann und gibt.

Raum und Zeit können sich nicht voneinander abschließen, und man kann Raum und Zeit auch nicht ersetzen, wie das zum Beispiel in einigen Modernisierungstheorien versucht wird. Raum und Zeit bilden einen Wirkungszusammenhang im Sinne der Allgemeinen Systemtheorie, in dem die beiden Elemente, die wir ohnehin nur kulturell separieren können, sich gegenseitig beeinflussen und sich gegenseitig definieren. Darum ist auch eine Alternative – entweder Raumorientierung oder Zeitorientierung – meines Erachtens nicht besonders zielführend, weil man dabei den grundsätzlichen Zusammenhang von Raum und Zeit als Beschreibungsinstrumentarien, als Beschreibungsprozesse, aus den Augen verliert, dichotomisiert und dann jeweils eine der beiden Seiten zum alleinigen Deutungsmuster macht. Ich kann Geschichte weder allein unter Raumkategorien noch allein unter Zeitkategorien beschreiben oder gar erklären. Stattdessen geht es immer darum, die wechselseitige Bedingtheit von Raum- und Zeitvorstellungen als sozial genutzten, kulturellen Orientierungsmustern in Anschlag zu bringen.

Medien

Führen wir die Begriffsarbeit fort mit dem haarigen Thema ‚Medien'. Wann immer man sich mit der Medienthematik beschäftigt, wird man auf eine Proliferation von Begriffen, von Perspektiven, auch von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern treffen, die fast alle ihren eigenen Medienbegriff entwickelt haben. Ich will das jetzt im Einzelnen nicht schildern, dazu ist die *déformation professionelle* bei mir doch noch zu groß. Aber ich will eine Alternative anbieten, und zwar das, was ich in verschiedenen Publikationen als *Medienkompaktbegriff* entwickelt habe. Ich meine damit den systematischen Zusammenhang von Kommunikationsinstrumenten, von technischen Dispositiven, von sozialen Institutionalisierungen und von Medienangeboten. Die Idee ist die: Medien sind Wirkungszusammenhänge. Das bezeichnet man in der Allgemeinen Systemtheorie als Prozesssysteme, Prozesszusammenhänge. Medien sind also Wirkungszusammenhänge, in denen diese vier Elemente zusammenwirken. Kommunikationsinstrumente sind in erster Linie natürliche Sprache, aber auch Bilder. Die technischen Dispositive sind erforderlich, um die Differenz zwischen etwa mündlicher Rede und gedruckter oder gesendeter Rede zu realisieren.

Technische Dispositive bezeichnen Verfahren, die angewendet werden, um Medienangebote in einer bestimmten Weise zu distribuieren. Sobald technische Dispositive auftreten, also Druckereien, Fernsehanstalten usw., brauchen sie soziale Institutionalisierungen. Nicht zuletzt deshalb, weil technische Dispositive hohe Finanzmittel erfordern und rechtliche und politische Probleme aufwerfen, die gelöst werden müssen. Damit kristallisieren sich sozusagen die Unterschiede zwischen Face-to-Face- und Massenkommunikationsmitteln heraus. Aus dem Zusammenwirken dieser drei Faktoren – Kommunikationsinstrumente, technische Dispositive und Institutionalisierungen – resultieren Medienangebote. Medienangebote sind also keineswegs die keuschen Gegenstände, als die Literaturwissenschaftlerinnen und Literaturwissenschaftler etwa ihre Texte anbieten, sondern sie sind hochgradig abhängige Resultate des Zusammenwirkens von hochgradig komplexen sozialen Prozessen. Wenn man über Medienangebote spricht, tut man deswegen gut daran, über den genannten Wirkungszusammenhang zu reden und nicht über das pure materielle Medienangebot.

Das kann ich tun, unter einer eingeschränkten Perspektive, wenn ich etwa nur eine bestimmte Materialität beschreiben kann. Aber in dem Moment, in dem ich die Semantik eines Medienangebotes beschreiben will, muss ich die Funktionsweise der Herstellung dieses Medienangebotes und später dann auch der Distribution und Rezeption des Medienangebotes hinreichend berücksichtigen. Ich habe diesen Medienkompaktbegriff entwickelt, um deutlich zu machen, dass wir es mit dem Zusammenwirken von hochkomplexen Prozessen zu tun haben – und nicht mit dem Durchbuchstabieren eines bestimmten semiotischen Materials, das zu einem bestimmten Medienangebot führt. Daraus folgt zum einen, dass technische Strukturen nie ohne Gebrauch, Nutzung, Auswahl und Handlungsentscheidungen eine Rolle spielen. Bekannt ist vielleicht die heftig geführte Diskussion über das technische Apriori. Friedrich Kittler ist einer der wichtigsten Kollegen, die versuchen, die Medien in erster Linie unter technischen Gesichtspunkten zu sehen und die davon ausgehen, dass diese technischen Gesichtspunkte – wie es immer so schön heißt – im Rücken der Benutzer wirken und von ihnen nicht zu beeinflussen sind. Ich glaube, das ist ebenso der Versuch einer universalistischen Deutung, wie andere Deutungen auch, die in erster Linie oder nur von der Semantik eines Medienangebotes ausgehen. Es kommt immer darauf an, dass Kommunikationsinstrumente *genutzt* werden. Das setzt selektive Handlungsentscheidungen voraus. Eine weitere Bedingung ist, dass man eine bestimmte Funktion damit erreichen will. Sie müssen also genutzt werden – ohne Benutzer machen Medien keinen Sinn. Auf der anderen Seite werden Benutzer immer abhängiger von Medien, je komplexer das Mediensystem einer Gesellschaft wird. Allerdings lege ich Wert darauf, dass man beide Aspekte berücksichtigt, denn sonst gibt es wieder eine dieser falschen Alternativen: entweder der Nutzer oder das Medium. Beide müssen zusammenwirken, um Sinn zu machen – für den Nutzer, wie für das Medienangebot.

Wichtig bei der Auseinandersetzung mit Medien ist ein Blick auf die Geschichte der Medien. Die Geschichte der Medien kann man, mit einer gewissen Nonchalance, als eine Geschichte der Menschheit auf dem Weg zur Weltgesellschaft bezeichnen. Das, was seit Luhmann unter dem Begriff Weltgesellschaft diskutiert wird, lässt sich rekonstruieren – wie das etwa auch bei

Stichweh versucht wird – als die zunehmende Abhängigkeit menschlichen Handelns von Medienkompaktsystemen. Ich will diese ziemlich weitreichende These kurz historisch erläutern.

Seit der Entstehung der Schrift und mit der Schrift werden Wissen und Kommunikation vom Körper getrennt. Das heißt, Wissen wird räumlich organisiert. Das ist eine der ersten zentralen und wichtigen Phasen, in denen die Wirkung von Medien auf die Gestaltung von Räumen – zur Erinnerung: im Sinne der Bezugnahme auf Beschreibungen – verändert wird. Das Wissen wird vom Körper getrennt und von der Kommunikation getrennt. Das Wissen wird lagerbar, abrufbar, transportierbar. Dabei zeigt sich nicht nur bei der Schrift, sondern seit der Schrift bei jedem Medium, dass die Materialität der Medien eine ganz entscheidende Rolle spielt. Nicht im Sinne eines technischen Apriori, wie ich vorhin zu erläutern versuchte, sondern als notwendige semiotische Bedingungen. Ohne semiotische Materialität kann sich kein Medium entwickeln. Diese Angebundenheit oder Angewiesenheit auf Materialität eröffnet Medienräume. Damit haben wir wieder einen wichtigen Aspekt der Raumdiskussion gewonnen. Diese Medienräume etablieren neue Zeitbegriffe, neue Möglichkeiten von Erfahrungen und Bezugnahmen auf Zeit. Materialität bestimmt auch die Reichweite eines Mediums – das hat Harold Innis und mit ihm die Toronto School immer wieder betont – und auch die Nutzungsmöglichkeiten eines Mediums. Das heißt also, Materialität ist keineswegs eine *quantité negligable*, sondern Materialität ist ein wichtiger Einflussfaktor, was Raumkonzepte, Zeitkonzepte, Reichweiten und Nutzungsmöglichkeiten bestimmt, aber auch was geographische und thematische Raumvorstellungen bestimmt. Mit der Schrift wird es möglich, thematische Räume systematisch aufzubauen und zu modifizieren.

Nehmen wir als Beispiel die Erfindung des Buchdrucks. Mit dem Druck kommt es zu einer Zunahme von Entkopplungsprozessen – also Entkopplung von Körper und Wissen. Interessant ist, dass auch beim Druck die Körpermetapher und Körpergebundenheit eine ganz entscheidende Rolle spielen. Es ist sicher kein Zufall, dass man von ‚Caput' (Überschrift), von der ‚Fußnote' spricht, dass in der Regel von oben nach unten gedruckt oder gelesen wird und so weiter. Im Vergleich zur Manuskriptkultur wird die Materialität entscheidend elaboriert. Das heißt, einer der wichtigen Aspekte der Entwicklung des Druckmediums besteht darin, dass die Lesemöglichkeiten entscheidend bestimmt werden von der Art der Materialität: Welche Type wird verwendet, welche Zeilenabstände werden verwendet, wird mit oder ohne Spatien gedruckt und dergleichen. Damit wird die Möglichkeit der Rezeption erheblich beeinflusst, und es ist sicher auch kein Zufall, dass schon von Beginn des Drucks an eine intensive Debatte darüber geführt worden ist, welche Drucktype die für die Rezeption günstigste ist, wie man durch die Auswahl von unterschiedlichen Drucktypen bestimmte Intentionen transportieren kann, etwa, was Vulgarität und Vornehmheit angeht und dergleichen. Susanne Langer hat einmal gesagt: „Je steriler die Zeichen, desto stärker ist ihre semantische Potenz." Mit anderen Worten: Je weniger man sich mit der Materialität herumschlagen muss, desto intensiver kann man sich mit der Semantik des Textes beschäftigen.

Kommen wir als zweites Beispiel zur Fotografie. Das will ich im Schnelldurchlauf empirisch etwas plausibilisieren. Die Fotografie bringt eine anschauliche Stillstellung von Raum und Zeit. Nicht ohne Grund haben verschiedene Autoren die Fotografie als *nature morte* beschrieben, also als die ‚gefrorene/gestorbene Natur'. Fototheoretiker und -philosophen verschiedener Herkunft haben immer darauf hingewiesen, dass mit der Fotografie – vor allem mit der Porträtfotografie – immer eine tiefe Melancholie verbunden ist, weil die Fotografie immer eine Position, eine Situation darstellt, die unwiederbringlich vorbei ist. Sie zeigt immer nur das, was nicht mehr naturalisierbar und lebendig zu machen ist. Auch hier zeigt sich sehr deutlich die Bedeutung des Fotomaterials. Zwei Stichworte nur: Kodak und Rollfilm. Diese technischen Entwicklungen waren die Bedingungen für die Durchsetzung der Fotografie auf breiter Ebene, eben auf der Ebene der Knipser, während vorher fotografische Aufnahmen in Ateliers mit großem technischen und persönlichen Aufwand betrieben werden mussten. Die Tatsache, dass im Atelier die zu Porträtierenden minutenlang absolut still sitzen mussten, damit das Foto nicht verwackelte, erklärt, warum es in der Frühzeit der Fotografie diesen mysteriösen Gesichtsausdruck der fotografierten Personen gibt. Meist waren sie eingespannt in Holzgestelle, die den Kopf gehalten haben, damit er sich nicht bewegen konnte. Die Modelle mussten unentwegt die Augen offen halten. Das sind Dinge, die sich in dem Moment radikal verändern, in dem der Schnappschuss möglich wird. Da gab es keine Zurüstungen mehr, da gab es keine Ateliers mehr, außer für die professionelle Porträtfotografie. Da gab es natürlich immer noch das Fotostudio mit der entsprechenden Ausrüstung, je nach Typ, verlangtem Bild und dergleichen. Doch die beiden entscheidenden Punkte sind die folgenden: Erstens die Stillstellung von Raum und Zeit, da die Fotozeit ebenso wie der Fotoraum durch kein anderes Medium zu erreichen ist. Zweitens hat die Bedeutsamkeit des Materials die Benutzungssituation dramatisch verändert.

Als drittes Beispiel dient der Film. Hier wird ganz deutlich, wie durch die Materialität des Films Raum- und Zeitsimulationen möglich werden. Man kann sozusagen je nach Einsatz von Materialität beliebige Zeit- und Raumkonstellationen, deren Durchdringungen, Veränderungen, Mäander und dergleichen, produzieren. Das Publikum hat sich nach relativ langem Gewöhnungsprozess an genau diese Möglichkeiten gewöhnt.

Interessant ist die Situation auch beim Hörfunk. Aus zeitgenössischen Berichten oder in zeitgenössischen Berichten liest man, dass die Möglichkeit, über verschiedene Sender verschiedene Orte aufzurufen, als Weltenbummlerei verstanden wurde. Der Radiohörer wurde als Weltenbummler bezeichnet, der sozusagen beliebig durch die Welt bummelte und damit die Raumerfahrungen, die ihm sonst möglich waren, optimal oder maximal erweiterte. Was die Zeitfrage angeht, bringt der Hörfunk für ganz Deutschland zum ersten Mal eine Kanonisierung der Zeiterfahrung, nämlich dadurch, dass zunehmend über den Hörfunk Zeitdurchsagen kamen. Es gab vorher natürlich die Kirchturmuhr und dann natürlich die Taschenuhr, aber da wusste man nicht, ob die Kirchturmuhr in Sachsen genau so geht wie die in Bayern. Der Hörfunk sagte, dass es in Sachsen, in Bayern und in Bremen zu genau diesem Zeitpunkt 14:50 Uhr war.

Das Fernsehen führt dann zu einer Ubiquität möglicher Raum- und Zeiterfahrungen, vor allem nachdem die Videotechnologie erfunden worden war. Das heißt, hier spielen Festlegungen von Raum und Zeit schon keine bedeutende Rolle mehr. Aber erst in der Netztechnologie werden dann Raum und Zeit tatsächlich virtualisiert und globalisiert. Hinzu kommt, dass über das *World Wide Web* und über die Möglichkeiten von *Virtual Reality* Interaktivitätsmuster ohne Bindung an Raum und Zeit und ohne Bindung an Echtzeit möglich wurden. Allgemein lässt sich diese Entwicklung vielleicht so zusammenfassen: Die Nutzung von Materialitäten der Medien schafft spezifische Medienräume und damit auch spezifische Beeinflussungen von Raum- und Zeitbindungen. Damit werden einige Konsequenzen eingeleitet: Privatheit und Öffentlichkeit werden in dramatischer Weise veröffentlicht (Stichwort: Web 2.0), die Partizipations- und Interaktionsmöglichkeiten werden über Echtzeit- und Lebensraumbedingungen hinaus erweitert, und dadurch entsteht ein Mediensystem, das die Grundlage für die Materialität unseres Weltverhältnisses – also von Wahrnehmen, Denken, Kommunizieren – schafft. Wissen wird zentralisiert und damit auch Macht.

Allgemein möchte ich die Situation so beschreiben: Das Zusammenwirken oder die Koevolution von Medienentwicklungen und gesellschaftlichem Wandel ist das Ergebnis der Geschichte der Medienentwicklungen. Nicht im Sinne irgendeiner linearen Kausalität, sondern dadurch, dass das immer komplexer werdende Mediensystem Ermöglichungszusammenhänge schafft, die entweder benutzt werden können oder nicht – also in unterschiedlichem Maße benutzt werden können –, die aber alleine dadurch, dass sie als Möglichkeit zur Verfügung stehen, gesellschaftliche Entwicklungen beeinflussen. Die Beschreibung und die Semantik dieser Prozesse setzt Medienkulturen voraus, die zugleich auch für die Bewertung dieser Entwicklungen eine wichtige Rolle spielen. Unter diesem Gesichtspunkt macht es meines Erachtens durchaus Sinn, Globalisierung, Medienentwicklung und Weltgesellschaft in ihrem Ermöglichungszusammenhang als ein notwendiges Ergebnis anzusehen.

Was sind die wichtigsten Tendenzen? Zunächst einmal die Überlagerung von materiellen und immateriellen Räumen. Virtualität, Simulation, Fiktion und Realität müssen neu definiert werden, aber – und das ist sehr wichtig – sie fallen nicht einfach zusammen. Man kann jetzt nicht den Schluss ziehen, dass in dem Moment, in dem *Virtual Realities* erzeugt werden können, die *Real Reality* irrelevant geworden sei. Nicht umsonst ist als Gegenbegriff die *Real Virtuality* erfunden worden. Es kommt also nicht zu einer Ablösung und Ersetzung von Raum und Zeit, sondern zu einer Diversifizierung, zum Nebeneinander der Gleichzeitigkeit und zu einer Pluralisierung. Das ist, glaube ich, ein Signum der globalisierten Netzgesellschaft. Netzwerkgesellschaften ersetzen nicht etwa Nationalgesellschaften, sondern sie relativieren Nationalgesellschaften, finden aber nach wie vor in Nationalgesellschaften statt. Wie lange noch, darüber gehen die Hypothesen auseinander. Manfred Faßler hat eine ganz interessante These aufgestellt: Wir befinden uns auf dem Weg in ‚Habitate'. Habitate sind, kurz gesagt, biotechnische Netzwerke mit Menschenbeteiligung. Er bezeichnet sie als Ad-hoc-Gesellschaften und kommt zu der weitgehenden These, dass der Megatrend der Gegenwart ‚Mikrosozialität' ist: Vernetzte Online-/Offline-Habitate ersetzen Gesellschaften. Die Renaissance der Netzwelt im Cyber-

space gibt sozusagen dieser Entwicklung ein entsprechendes Framework. Ich finde diese Hypothese wie gesagt sehr weitgehend, sehr interessant, aber auch problematisch. Faßler fügt jedoch hinzu, dass neue Formen netzgebundener Raumformate entstehen, die als *User-Generated-Spaces* (UGS) bezeichnet werden, und dass in diesem Prozess so etwas wie ein *Community Space* entsteht. Ich erwähne das deshalb, weil hier wieder diese unlösbare Verbindung von Medienentwicklung als Ermöglichungsgrund für gesellschaftliche Entwicklungen deutlich wird, als Ermöglichungsgrund für mediale Reaktionen auf solche gesellschaftlichen Entwicklungen – und so weiter. Das schafft meines Erachtens eine Beobachtungsperspektive, die von Dichotomien Abschied nimmt, die von Kausalitäten im sozialen Bereich Abschied nimmt, und die die Angebundenheit von Medienentwicklungen an gesellschaftliche Entwicklungen und umgekehrt verdeutlicht.

Andere wichtige Aspekte sind: Unsere Erfahrungs- und Deutungsmöglichkeiten von Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft werden durch Medien radikal verändert. Man denke nur daran, was im Bereich Vergessen und Erinnerung passiert, in dem Augenblick, in dem mediale Möglichkeiten der Speicherung zur Verfügung stehen. Vor allem wandeln sich auch die Kontrollvorstellungen in Bezug auf Räume – vor allem eben der virtuell produzierten. Diese Beschreibungen verweisen auf ein Ende der Abschließbarkeit von gesellschaftlichen Entwicklungen, also auf das, was ich in einem Buchtitel ‚Die Endgültigkeit der Vorläufigkeit' genannt habe.

Zu beobachten sind nicht abschließbare Entwicklungen, sondern Hybridisierungen, Übergangszonen, Pluralitäten und vor allem – da wird die Sache dann auch sehr interessant – Paradoxien. Medien enträumlichen materiell, prägen aber symbolisch, bildlich, semantisch unsere Raum- und Zeitvorstellungen. Medien pluralisieren Räume und erzeugen ihre Gleichwertigkeit, erzeugen aber gleichzeitig die Sehnsucht nach bestimmten räumlich zugänglichen Zugehörigkeiten. Die Netzgesellschaft entwickelt also mehr und mehr die Sehnsucht auch nach Nicht-Netz-Möglichkeiten. Dazu eine kleine Anmerkung: Vor einiger Zeit war ich per Zufall in einer Jury in Münster, wo Jugendliche bis zu 13 Jahren über ihre Netzerfahrungen befragt wurden. Das Ganze war als Stadtwettbewerb ausgeschrieben. Die Berichte, die die Jugendlichen geschrieben haben, waren ungeheuer interessant und liefen im Grunde genau auf diesen Punkt hinaus: Ich will in sozialen Netzwerken eine Rolle spielen – Freunde haben, Beziehungen haben usw. –, aber gleichzeitig brauche ich auch jemanden um die Ecke, mit dem ich sprechen kann. Das gilt gar nicht in irgendeinem trivialen Sinne; sondern die Verbindung der beiden Raum- und Zeiterfahrungsmöglichkeiten ist das, was gegenwärtig das Lebensgefühl der Jugendlichen ausmacht, und nicht irgendeine Alternative von „nur noch im Netzwerk leben", „nur noch in virtuellen Zeitsituationen leben" und dergleichen.

Ein anderes Beispiel: Auf der einen Seite globalisiert Sport. Wir haben das kürzlich bei Olympia gesehen, werden das bei den Fußballweltmeisterschaften wieder sehen. Und was passiert gleichzeitig und sozusagen innerhalb dieser Entwicklungen? Die Prämierung von prekären Nationalismen. Olympia, der große Gedanke – und schon zählt man die Medaillen der rivali-

sierenden Nationen. Die Materialität der Medien bindet an Raum- und Zeitfunktionalität, überwindet die Raumgrenzen, wird aber im Gebrauch wieder materiell gebunden. Wir können die Medien nur in einem materiell gebundenen Raum nutzen, so sehr wir auch in der Semantik über diesen Raum hinaus wollen. Die Vorstellungen von Container-Raum und relationalem Raum modifizieren sich also gegenseitig und die Dialektik *faceless* und *face-to-face* scheint offenbar – wenn man den Erfahrungsberichten der letzten Jahre glaubt – eine ganz neue und wichtige Erfahrung zu sein. Auch das Nebeneinander von Körperlosigkeit und Körperlichkeit, das Verhältnis von Netzwerkkontakten und Nahkontakten und all das verweist darauf, dass die Raum-/Zeitverortung von Kommunikation neben der Metaphorik, die bei der Beschreibung verwendet wird, durchaus gesehen wird. Warum sprechen wir von ‚Homepage', wenn wir etwas Virtuelles meinen? Warum von ‚Website', warum von ‚Chatrooms' oder ‚Diskussionsforen'? Ich glaube, das sind – wenn auch relativ triviale – Indikatoren dafür, dass es nicht um Alternativen geht, sondern um paradoxale Hybridisierungen.

Warum interessieren uns diese Themen überhaupt? Ich glaube, hier spielt die Alltagsdialektik aus Widerspruchsgeist und Aufmerksamkeitsökonomie eine wichtige Rolle. Wir wollen genau diesen Widerspruch haben, damit uns nicht langweilig wird. Deshalb sind Globalisierung und Regionalisierung im Rahmen von Globalisierung keine Alternativen, sondern Bedürfnismanagementrichtungen. Beschleunigung und Verlangsamung gehören zusammen, Vergesellschaftung und Habitate gehören zusammen, und Postmoderne und ein neues Orientierungsbedürfnis scheinen ebenfalls zusammenzugehören. Ich habe in der letzten Zeit von mehreren Kollegen gehört, dass sie gerade bei jungen Studierenden ein ganz ausgeprägtes Orientierungsbedürfnis feststellen. Nach dem Motto: ‚Wir haben die Schnauze voll von eurem postmodernen Scheiß, wir brauchen wieder richtige, handfeste Orientierungen'. Das ist natürlich für Leute, die das Stahlbad der Postmoderne gerade hinter sich gebracht haben, schon eine ganz interessante Erfahrung. Auf Privatheit und Öffentlichkeit will ich gar nicht eingehen, da es sich dabei inzwischen ja um schon abgearbeitete Trivialitäten handelt.

Raum – Zeit – Medien – Identität

Lassen Sie mich ganz kurz auf das Thema Raum – Zeit – Medien und Identität kommen, und zwar unter dem Stichwort ‚Identitätsmanagement'. Identität ist auch einer der Begriffe, die einen wissenschaftstheoretisch in die Verzweiflung treiben. Ich mache es kurz und stichwortartig. Ich verstehe unter Identität Prozesse der Ausdifferenzierung von Selbst- und Fremdbeschreibung und auch der Ausbalancierung von Selbst- und Fremdbeschreibung. Dahinter steht die Vorstellung von Kommunikation als einem reflexiven Ausgleich von Partnerbildern. Ich spreche nicht mit dem konkreten materiellen Gegenüber, sondern mit dem Bild, das ich mir von dem Gegenüber mache, und ich weiß, dass er selbst auch so funktioniert. Der Aktant ist im Grunde ständig in einer Performance-Situation, wobei diese Performance an Vorstellungen von Wirklichkeit und kultureller Orientierung orientiert ist. Diese Vorstellungen sind im Laufe der Sozialisation internalisiert und sie sind notwendig raum- und zeitgebunden, wobei alle Raum-

vorstellungen und alle Zeitvorstellungen in Anschlag gebracht werden können. Das Identitätsmanagement, also dieses Ausbalancieren von Selbst- und Fremdbeschreibungen, passiert unter großem Medieneinfluss. Das ist schon seit dem Roman im 18. Jahrhundert eine sogar höchst politisch festgestellte Tatsache. Als ich über das 18. Jahrhundert gearbeitet habe, stieß ich auf einen Bericht der Bremer Stadtregierung, in dem vermeldet wird, man habe die Polizei aufgefordert, den Einfluss des Romans auf die sittliche Entwicklung von ‚Mägdelein' und ‚Buben' festzustellen. Und – jetzt kommt das erstaunliche Ergebnis – die Polizei hat keine negativen Auswirkungen festgestellt, obwohl gerade die Literatur des 18. Jahrhunderts voll ist von Beschreibungen, wie Vorstellungen von Liebe, Partnerschaft, von Angst, Hoffnung usw. zutiefst beeinflusst sind von dem, was in der Romanliteratur angeboten wurde. Und zwar von der Trivialliteratur bis eben hin zum Werther und zum Werther-Fieber.

Identitätsmanagement unter Internetbedingungen stellt ganz neue Anforderungen an Raum- und Zeitbindungen, an selbstbestimmten Aufbau von Kontakten und Kontaktarten, an Freund- und Nachbarschaften – mit oder ohne situationsgebundener Raum- und Zeitbindung, und damit entstehen verschiedene Medien von Bezugsräumen und Bezugszeiten. Also finden wir auch hier dieses paradoxal-hybride Spiel mit Raum- und Zeitvorstellungen und -bezugnahmen, die durch diese Bezugnahmen identitätspraktisch relevant werden. Man könnte diese Prozesse – natürlich abkürzend – als ein Identitätspatchwork in Netzwerken mit intensiver Mediennutzung nennen. Der Sozialraum Internet konkurriert auf vielfältigste Weisen mit dem realen Lebensraum. Und auch hier geht es wie gesagt nicht um Ersetzungen, sondern um Diversifikation und Paradoxalität.

Lernräume

Ich möchte mit einem kurzen Blick auf Lernräume schließen, um auch hier die Dialektik statt der Dichotomie anzudeuten: E-Learning, Multimedialität usw. Das sind Transformationen von Lernräumen, die meines Erachtens nur ansatzweise bis heute genutzt werden, die aber auch immer ein neues Lebensraumgefühl möglich machen. Dabei geht es, wie üblich, um die beiden Beobachtungsrichtungen: erhöhte Motivation in neuen Lernräumen auf der einen Seite, Überforderung durch ständig neue Lernräume auf der anderen Seite. Erhöhte Aufmerksamkeit durch Multimedialität auf der einen Seite, auf der anderen Seite entweder – wie behauptet wird – schwindende oder zumindest nicht gerade überbordende Kapazität im Umgang mit solchen Aufmerksamkeitsmöglichkeiten. Die Erschließung subjektiver Lernwege, das Lernen durch Kommunikation und Zusammenarbeit, die flexible Organisation von Lernprozessen, Steigerung der Bildungsteilhabe, Möglichkeiten des *Blended Learning* – in Bezug auf all diese Entwicklungen macht es meines Erachtens Sinn, die Beziehung zwischen aktivem und selbstbestimmtem Handeln auf der einen Seite und die Bezugnahme auf medial ermöglichte Possibilitäten auf der anderen Seite miteinander zusammen zu sehen.

Was meines Erachtens bei der Entwicklung von neuen Lernräumen nötig ist, ist die Entwicklung von Problemlösungsbewusstsein. Es geht schlicht und ergreifend darum – jedenfalls sehe ich das so schlicht und ergreifend –, dass die durch die medialen Entwicklungen ermöglichten Entwicklungen als Problemlösungskonstellationen gesehen werden, nicht als Dinge, für oder gegen die man sich entscheidet oder die von vornherein durch bestimmte normative Entscheidungen ausgeschlossen oder favorisiert werden. Vielmehr geht es darum, auch in Bezug auf diese Möglichkeiten eine Beobachterposition zweiter Ordnung einzunehmen – also das, was man sozusagen intellektuelle Entwicklung nennen könnte.

Es ging mir darum zu zeigen, dass wir an der Stelle von Dichotomien dialektische Denkformen entwickeln sollten; dass wir an die Stelle von Kausalitäten Vorstellungen von Ermöglichungen und Kreiskausalitäten setzen sollten; dass wir an die Stelle von Modellen, die Universalitätsanspruch erheben (also z.B. technisches vs. semantisches Apriori), in Wirkungszusammenhängen denken sollten, also in Prozesssystemen; und dass wir insgesamt dazu kommen sollten, Wissenschaft als eine Form von kulturell gebundenem Problemlösen und nicht als das Suchen und Finden nach Wahrheit einschätzen sollten. Dabei können uns die Medien helfen, wenn wir lernen, sie als Ermöglichungen zu nutzen.

Literatur

Schmidt, Siegfried J. (1996): *Die Welten der Medien. Grundlagen und Perspektiven der Medienbeobachtung.* Braunschweig, Wiesbaden: Vieweg (= Wissenschaftstheorie, Wissenschaft und Philosophie 46).

Schmidt, Siegfried J. (2000): *Kalte Faszination. Medien, Kultur, Wissenschaft in der Mediengesellschaft.* Weilerswist: Velbrück.

Schmidt, Siegfried J. (2003): *Geschichten und Diskurse. Abschied vom Konstruktivismus*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt (= rororo 55660: Rowohlts Enzyklopädie).

Schmidt, Siegfried J. (2004): *Zwiespältige Begierden. Aspekte der Medienkultur*. Freiburg im Breisgau: Rombach (= Rombach Wissenschaften: Edition Parabasen 3).

Schmidt, Siegfried J. (2008): *Systemflirts. Ausflüge in die Medienkulturgesellschaft*. Weilerswist: Velbrück.

Schmidt, Siegfried J. (2010): *Die Endgültigkeit der Vorläufigkeit. Prozessualität als Argumentationsstrategie.* Weilerswist: Velbrück.

Schmidt, Siegfried J. (2011): *Unternehmenskultur. Die Grundlage für den wirtschaftlichen Erfolg von Unternehmen.* 5. Aufl. Weilerswist: Velbrück.

Schmidt, Siegfried J. (2011): *Worlds of Communication. Interdisciplinary transitions*. Oxford etc.: Peter Lang (= Interdisciplinary Communication Studies 5).

Schmidt, Siegfried J. (2012): *Lehren der Kontingenz. Eine Erinnerung an 40 Jahre Doppelleben.* Münster: LIT (= Wissenschaft Biographisch 1).

Schmidt, Siegfried J. & Zurstiege, Guido (2000): *Orientierung Kommunikationswissenschaft. Was sie kann, was sie will*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt (= Rowohlts Enzyklopädie 55618).

Schmidt, Siegfried J. & Zurstiege, Guido (2007): *Kommunikationswissenschaft. Systematik und Ziele.* Reinbek bei Hamburg: Rowohlt (= re 55697).

Abstraktionen des Raumes in Bildungsszenarien. Von der analogen Karte zur Augmented Reality

Petra Missomelius

Zusammenfassung

Ausgehend von der analogen Karte als einer Abstraktion des Raumes beschäftigt sich der Text zunächst mit dem Zusammenhang von Medientechnologie und Raumwahrnehmung. Geomedien als Formen epistemologisch evidenzproduzierender Bildlichkeit finden zunehmend Verbreitung und spielen als *Augmented-Reality*-Anwendungen auch in Bildungskontexten eine Rolle. Die Betrachtung schließt mit einer Bestandsaufnahme zur Frage, welche Spielarten diese Erweiterung des Spektrums multimedialer Lernangebote hervorbringt und wie sie in Bildungsszenarien nicht zuletzt im Sinne einer kritischen Medienbildung eingesetzt werden können.

Die Abstraktion des Raumes

Die Verfügbarkeit unseres Wissens über die geografische Verfasstheit unserer Umgebung sowie entfernteren Regionen der Welt ist eine grundlegende Vorbedingung für unser Orientierungsvermögen im Raum. Die abstrahierte räumliche Repräsentation der Welt begegnet uns zunächst in der visuellen Form topografischer Darstellungen: Karten sind unserer Mobilität im Raum geschuldet und helfen Raumbezüge herzustellen. Diese räumlichen und geografischen Vorstellungen wiederum schlagen sich in *cognitive maps*, inneren Bildern vor dem geistigen Auge, nieder und dienen nicht zuletzt der Memorierung räumlicher Anordnungen (vgl. dazu auch den Beitrag von Maria Stopfner in diesem Band). Mentale und kognitive Karten erlauben uns die raumbezogene Orientierung und Kommunikation. Darüber hinaus halten die Abstraktionen des Raumes auch die Erfahrungen in der Begegnung mit dem Raum fest (Virga 2007, S. 5ff.). Wie die kulturwissenschaftliche Forschung deutlich herausarbeiten konnte, waren und sind Karten nie rein objektiv, sondern immer Ausdruck eines Weltbildes (Whitfield 1994, Thrower 1999, Schlögel 2003). Eindrucksvoll ist dies anhand der mittelalterlichen Weltkarten zu rekapitulieren, welche die Welt nach heilsgeschichtlichen Kriterien organisierten. Geografische Kenntnisse bedeuteten immer schon Macht, da mit diesem Wissen Zugang zu strategischen, wirtschaftlichen und politischen Zielen möglich war. Zugleich ist die Kartografie entlang jener topografischen Kriterien, wie sie uns heute geläufig sind, eng mit der Konstituierung der modernen Nationalstaaten verbunden (Bielefeld/Engel 1998). Heute wird die Kartografie durch Satellitenaufnahmen ergänzt (vgl. dazu Rutzinger in diesem Band). Der verbreitete Gebrauch unterstützt den Versuch des Menschen, seine Realität mit Begriffen der Karte zu kommunizieren (Robinson 1982, S. 1). Das heißt, um der Realität habhaft zu werden, bedient man sich einer grafischen (zweidimensionalen) Darstellung anstelle der Realität. Insofern stellt die Kartografie einen entscheidenden Schritt für das Denken in Abstraktion dar. Sie verhilft dem Menschen zu einem Denken, das mittels Vermessung und Abstraktion über die sinnliche Wahrnehmung der umgebenden ‚natürlichen' Umwelt hinaus in eine intellektuelle Anschauung

gelangen kann. An Macht hat die Vermessung der Welt kaum eingebüßt – ganz im Gegenteil: Heutige Kriegsführung arbeitet mit informationstechnisch ausgestatteten Waffen, deren Operationen maßgeblich auf Karten- und Satelliteninformationen (vgl. Stahl 2010, S. 67) basieren.

In der formalen Bildung haben analoge Karten als Informationsmedium einen festen Stellenwert: an ihnen wird, meist im Erdkunde-Unterricht, die Abstraktion der räumlichen Darstellung im Unterricht erarbeitet. Darunter fällt der Perspektivwechsel von der Ansicht über die Schrägsicht bis zur Vogelperspektive, die Maßstabsveränderung, die Übersetzung bildhafter hin zu kartografischer Abbildung inklusive Legende, die grafische Vereinheitlichung sowie neben der Entfernungsbestimmung die Lagebestimmung durch die Himmelsrichtungen auf und mit der Karte. In der späteren Erweiterung der Kompetenzniveaus kommen thematische Karten zu Spezialgebieten wie Klima, Wirtschaft, Verkehr etc. hinzu. Diese variieren Legenden und sind durch spezielle Zeichensysteme gekennzeichnet. In diesen Kontexten wird neben der reinen Nutzungskompetenz auch die politische und kulturelle Bedeutung durch die Analyse von Raumvorstellungen vermittelt.

Heutige Karten werden längst mit Hilfe digitaler Anwendungen erstellt und verbreitet. Sie sind so konzipiert, dass Benutzer und Benutzerinnen die vorliegenden Daten nach eigenen Anforderungen abrufen, zusammenstellen und gegebenenfalls ausdrucken können. Mit via Internet zugänglichen Geoinformationssystemen kann aus Kartografie- und Statistik-Datenbanken diejenige Karte erstellt werden, die ein spezifisches Phänomen veranschaulicht oder eine bestimmte Aussage hervorhebt. Konventionelle und innovative Darstellungsweisen, wie beispielsweise Satellitenbilder, die um Klima- und Umweltdaten ergänzt werden, vermischen sich zunehmend, sodass es sich bei Karten immer häufiger um Datenvisualisierungen handelt. Damit sind geografische Daten medientechnologisch manipulierbar, skalierbar und so veränderbar, dass sie beliebig kombiniert und an zahlreiche Verwendungen angepasst werden können.

Wie verhält sich die traditionell unterrichtsvermittelte Fähigkeit der Raumabstraktion zu diesen Entwicklungen? Digitale Karten erlauben oftmals die Veränderung der Perspektive sowie – man denke an populäre Formate wie *Google Earth* – die Rückkehr zum Bild. Um an die verbreiteten interaktiven Nutzungsformen (3D-Darstellungen, personalisierten Karten, *Google Street View*, Lokalisierungsdienste und mobilen kartografischen Applikationen etc.) anknüpfen zu können und sich von (Geo-)Medien affizierten Raumbegriffen anzunähern, ist die schulische Auseinandersetzung mit Geoinformationssystemen, Google Kartenmaterial und anderen Angeboten notwendig. Dies wird aktuell in der kritisch-reflexiven Geografie-Fachdidaktik diskutiert, die sich dieser Konsequenzen für den Umgang mit Räumlichkeit und den (geografischen) Bildungsbegriff bewusst ist (vgl. Haversath 2012, Meyer 2012, Sitte 2011). Nicht zuletzt ist dies ein weiteres Beispiel dafür, wie grundlegend fächerübergreifende Medienbildung zu verstehen, zu konzipieren und zu vermitteln ist.

Medientechnologien und Raumwahrnehmung

Im Diskurs um digitale Medien findet eine Gegenüberstellung von Raum und Medien statt, bei welcher der Raum als dem technisch Neuen entgegengesetztes Unmittelbares und Statisches

durch die Zwischenschaltung von Technologie nur zum Verschwinden gebracht werden kann (vgl. Buschauer 2010). Foucault thematisierte eine Veränderung im Denken des Raumes, der mitnichten als leer und homogen, sondern als Ensemble von Beziehungsgefügen und Relationen gedacht werde, was er als Ausdruck des ‚Simultanen' bezeichnete (Foucault 1967). Das Moment der Gleichzeitigkeit werde nicht zuletzt durch Technologien der Kommunikation begründet, welche Nähe, Ferne, Nebeneinander und Auseinander in neue räumliche Verhältnisse zueinander setzen. In seiner Studie zu neuen Medienrealitäten beschreibt Götz Grossklaus, wie durch raumüberschreitende Medien wie Fernsehen und Internet die mentale Raum-Karte des vorletzten Jahrhunderts durch eine Zeit-Karte ersetzt worden sei (Grossklaus 1995, S. 103–112). Die Wahrnehmung von Territorien, Grenzen und festgelegten Kulturkreisen sei in der aktuellen, medial geprägten Wahrnehmungskonfiguration einem Geschwindigkeitsrausch gewichen. Somit sei die traditionelle Unterscheidung von ‚Außen' und ‚Innen' in Auflösung begriffen. Im elektronischen Zeitalter sei die Grenzüberschreitung unspektakulär und alltäglich geworden: E-Mails, Kurzmitteilungen, Tweets werden rund um den Globus geschickt. Zur gleichen Zeit kann eine Botschaft an verschiedenen Orten anlangen. Die alte Raum-Karte könne, so Grossklaus, „die Masse neuer kollektiver Wahrnehmungen nicht mehr angemessen organisieren und interpretieren" (ebd. S. 107). Diese neue Medienrealität beziehe sich vor allem auf eine körperliche Ungebundenheit. Er stützt sich hiermit auf Joshua Meyrowitz' Aussage, dass die „neue Wahrnehmung von ‚Wirklichkeit' stattfindet, ohne dass man physisch am Ereignisort anwesend sein müsse" (Meyrowitz 1987, S. 22). In einer vernetzten Welt seien (Un-)Gleichzeitigkeit und (Nicht-)Gegenwärtigkeit ausschlaggebend. Die Wahrnehmung der Welt konstituiere sich über Eigenschaften des Mediums Fernsehen, wie dem Echtzeitmodus, dem simulierten Nahverhältnis, der Grenzverwischung etc. Tendenziell würde alles „gleich-nah und gleich-zeitig" (Grossklaus 1995, S. 111). Eine weitere Verschärfung dieser Tendenzen kann nun durch das Wegfallen einer räumlichen Verankerung von Medientechnologien durch draht- und ortsungebundene Geräte festgestellt werden,

> „womit sich Tele-Kommunikation an den Körper ‚in Bewegung', an das Schiff und die Eisenbahn koppeln kann. So überlagern sich gleichsam die Zirkulation des Verkehrs und des Verkehrens in einer mobilen Kommunikation, in der sich Mobilität und Tele-Medien verschränken." (Buschauer 2010, S. 19)

Mit der Popularisierung der vernetzten elektronischen Medien gehören in den 1990er Jahren die Begriffe „Virtualität" und „virtuelle Welten" schnell zu geläufigen Beschreibungskategorien. Zugleich werden digitale Medien verdächtigt, als Virtualitätstechnologien die sogenannte Realität zu bedrohen. Der virtuelle Raum, in VRML (*Virtual Reality Modeling Language*) programmiert, wird dabei als ein zunächst von Vakuum ausgefüllter, lebloser Raum imaginiert – ganz wie der glatte, leere Raum an den Programmierrändern der *World of Warcraft*. Soziale Verbundenheit geht dabei mit räumlicher Abstraktion (und Körperlosigkeit) einher. Diese Abstraktionen entsprechen Vorstellungen von Nicht-Orten, Zwischenräumen oder „Heterotopien" (vgl. Foucault 1967) und werden von der Idee des Cyberspace flankiert, wie sie im Science-Fiction-Roman etwa durch William Gibson als völliges Eintauchen in den kybernetischen Raum antizipiert wurde. Das Oxymoron ‚virtuelle Realität', die als neue Wirklichkeit die alte durch Simulation und Virtualität abzulösen antrete, erfuhr seine popularkulturelle Ver-

breitung durch Filmproduktionen wie etwa *Tron* (1982, R: Steven Lisberger), *Matrix* (1999, R: Andy und Lana Wachowski) oder *eXistenZ* (1999, R: David Cronenberg).

Der Begriff des digitalen Raumes hebt sich von anderen Raumbegriffen ab, indem er eine Praxis der Raumgenerierung als dateninduzierte Konfiguration zugrunde legt, die sich aus den Bereichen der Telekommunikation und der Robotik speist. Dieser computergenerierte Datenraum lässt sich kreativ als Gegenort nutzen, wie die CAVE-Installationen demonstrieren. Die Pionierzeit der digitalen Medienkunst ist durch komplexe Rauminstallationen geprägt, die künstliche Welten suggerieren. In ihnen können Besucher und Besucherinnen mit ihren Bewegungen Re-/Aktionen auslösen. Es entstehen experimentelle Werke, die inzwischen zu Klassikern der Medienkunst geworden sind und zum festen Bestandteil des Zentrums für Kunst und Medientechnologie Karlsruhe (ZKM) gehören: Arbeiten von Jeffrey Shaw, David Rokeby, Lynn Hershman und Grahame Weinbren. Es geht in diesen Werken um eine Neubewertung des Raumes, um Standortbestimmungen, wobei auf bewährte Repräsentationen verzichtet wird und stattdessen ein Raum von Zeichen und Text auftaucht (siehe Jeffrey Shaws *Legible City*). Diese Zeichen sind hypertextuell organisiert und vernetzt, Nutzerinnen und Nutzer bewegen sich auf einem stationären Fahrrad im Raum der digitalen Zeichen. Der hierdurch entstehende Bereich wird nicht imaginiert, sondern durch körperliche Bewegungen vor Panorama-Screens und sensitiven Flächen gleichzeitig verursacht und physisch erlebt. Insofern findet eine Re-Interpretation des Begriffs der Imagination (im etymologischen Sinne visueller Vorstellung als Bilder im Geiste) statt, indem sich Userinnen und Usern die Möglichkeit bietet, abstrakte Strukturen sinnlich zu organisieren und modellhaft veränderte Ordnungen durchzuspielen.

Dreh- und Angelpunkt dieser primär über das Visualisierte hinausgehenden Verräumlichungen ist die ihr zugrunde liegende Datenbasis. Der Medientheoretiker Lev Manovich beschreibt diesen Konflikt in seinem Text „Metadata, mon Amour“ (vgl. 2002) anhand von visuellen Daten, die als Bilder ausgegeben werden (in denen jedoch eine Vielzahl an Metadaten unsichtbar bleibt), und des Menschen als Erzeuger dieser Bilder. Er spricht in diesem Kontext von einem neuen Paradigma, das sowohl Teil der menschlichen Erfahrung als auch der „interface reality“ (ebd., S. 1) sei.

Demgemäß werden in einem weiteren Entwicklungsschritt neue künstlerische Formen entwickelt, die jene Daten berücksichtigen, die durch das digitale Speichersystem selbst geschaffen werden. Ein solches Projekt ist die Geokodierung. Diese künstlerischen Herangehensweisen zu Beginn des 21. Jahrhunderts nutzen das Modell der Karte. So erstellte Masaki Fujihata für *Field-Work@Alsace* ein Kartensystem, über das digitale Videobilder und GPS-Daten in einem topografischen und zeitlichen Koordinatensystem des Elsass als virtueller 3D-Raum gezeigt werden. Die Bilder werden anhand der dreidimensional dargestellten GPS-Daten organisiert und bieten so die Möglichkeit, sie und ihre Spuren in der komplexen Verschränkung von Zeit und Raum wahrzunehmen.

Signifikant für den oben bereits angesprochenen Funktionswandel ist, dass in diesen Fällen die gespeicherten Daten nicht passive, sondern aktive Agenten innerhalb jeweils unterschiedlicher Systematiken und Anordnungen sind. Die damit produzierten Räume sind Datenräume, nicht mehr Cyberspace. Sie stellen neue Formen visueller Medien dar. Über die Medienkunst

hinausreichend, sind diese Verräumlichungen von Daten einige Jahre später selbstverständlicher und zentraler Teil öffentlicher Internetkommunikation, wie in Google Earth und in sozialen Netzwerken.

Die Karte ist zum Zeitpunkt des Web 1.0 noch Metapher für den Cyberspace, die Datenautobahn mit ihren Verkehrsknoten und Superhighways, die sich außerhalb des Alltagslebens zu befinden scheinen. Der Cyberspace dient hier als von der physischen Welt abgegrenzter Container. Dies verändert sich deutlich mit Web-2.0-Technologien: Die Karte tritt in den Fokus kulturwissenschaftlicher Auseinandersetzungen mit Techniken der Visualisierung und der Orientierung. Im Diskurs um eine als *Spatial Turn* benannte Wende wird ebenfalls die Karte als paradigmatisches ‚Raummedium' benannt. Der Fokus dieser Wende liegt auf der Vorstellung des Raumes als Bestandteil eines gesellschaftlichen Produktionsprozesses von Wahrnehmung, Aneignung und Nutzung, welche die Idee des Raumes als Behälter hinter sich zurücklässt. Wie Arbeiten des Literaturwissenschaftlers Fredric Jameson demonstrieren, besteht die Herausforderung der inkohärenten und unvorstellbaren Realräumlichkeit aktueller, spätkapitalistisch geprägter Gesellschaften darin, dass das Territorium unübersichtlich und damit unkartierbar geworden ist. So löst Jamesons „cognitive map", die das reale Territorium und Ausgangspunkt für das Alltagsleben ist, Baudrillards Vorstellung der Karte, welche das Territorium hervorbringt, ab (Jameson 1990, Baudrillard 1978). Googles Eintritt in den Geokodierungsmarkt 2005 hat diese Entwicklung vollends besiegelt und technologisch massenmedial umgesetzt, indem sie in der individuellen Anwendung die Möglichkeit gibt, sich virtuell zu lokalisieren und eigene kognitive Karten zu erstellen.

Der Medienwissenschaftler Jens Schröter (vgl. 2009) hebt hervor, dass nicht nur die Karte als Instrument der Raumerschließung und -beherrschung bzw. als Repräsentationspraktik des Raumes dient, sondern dass dies für eine ganze Reihe transplaner Bildtechniken gilt. Unter „transplanen Bildern" (ebd.) versteht Schröter u.a. stereoskopische Aufnahmen der Luftbildaufklärung sowie dreidimensionale Bilder aus medizinischen Bildgebungsverfahren. Ähnlich der Überwindung der Behälterfunktion des Raumes wird hier die Perspektive als Repräsentation des Raumes zugunsten einer Bildfläche verlassen, die mehr Rauminformation enthält als ein linearperspektivisches Bild. Vor diesem Hintergrund ist es für eine Medienkulturwissenschaft von Interesse, medizinische oder technisch-naturwissenschaftliche Visualisierungsprozesse näher zu untersuchen, besonders, da sie auch über diese Disziplinen hinaus bis in die Populärkultur diffundieren.

Gegenwärtige, markttaugliche Medientechnologien wie beispielsweise GPS und Handy-Apps konnte man vor 15 Jahren lediglich auf Medienkunst-Ausstellungen sehen. Diese Ideen sind heute in Massenprodukten integriert. So befinden wir uns in einer „durch den digitalen Medienumbruch erst kenntlich gewordenen" medientechnischen Entwicklungsphase, welche die Medien- und Literaturwissenschaftler Jörg Döring und Tristan Thielmann als „Geomedien" (Döring und Thielmann 2009, S. 13) bezeichnen. Diese sind durch die Verwendung von Karten, GPS, Modellen und Daten, also Formen epistemologisch evidenzproduzierender Bildlichkeiten bzw. Verfahren bildlicher Evidenzerzeugung, geprägt.

Seit Mitte des ersten Jahrzehntes dieses Jahrhunderts haben wir Innovationsschübe zu verzeichnen, die – von den Naturkatastrophen und geografischen Überwachungssystem (Hurrikan Katrina, Waldbrände, Flutkatastrophen New Orleans, Erdbeben etc.) geprägt – eine Entwicklung zum sogenannten *Geospatial Web*, kurz: Geoweb, hervor gebracht haben. Markant treten diese beispielsweise in den Google-Maps-Mashups-Medienverbindungen zutage: Karten, die mit individuellen und multimedialen Informationen ergänzt und erweitert werden. Diese enthalten über die Karteninformation hinaus beispielsweise Fotografien, Audioaufnahmen, Videos und Links. Damit wird die Verortung des Ursprungs von Informationen (über Metadaten wie die Geokodierung) zu einem weiteren Charakteristikum digitaler Medienkonfigurationen, in welchen die Karte eine zentrale Funktion innerhalb des Interface erhält. Mapping-Anwendungen schaffen eine dreidimensional simulierte, raumgenerierende Plattform, welche der Integration von Medien dient: das heißt, es handelt sich um Darstellungen auf Grundlage der Daten einer real existierenden Topografie, auf der bereits vielzählige Informationen fixiert sind und die nun um multimediale Inhalte ergänzt wird: digitale Fotografien, Texte, Videos sowie die Möglichkeit von Ebenen, das heißt Informationsschichten. Mit der Organisation von Medieninhalten einer Gemeinschaft ist die Verwendung der Karte im Web 2.0 auch Ausdruck eines spezifischen Modells sozialer Organisiertheit.

Man könnte in Anlehnung an Ausführungen des Medienwissenschaftlers Stephan Günzel zu Computerspielen von „hodologischen Räumen“ (Günzel 2008, S. 132) sprechen. Mit diesem Begriff, vom griechischen Wort ‚hodos‘ (Weg) abgeleitet, bezeichnet der Psychologe Kurt Lewin bereits Anfang des vorigen Jahrhunderts unter Nutzung des mathematischen Konzeptes des „topologischen Raums“ (vgl. Lewin 1934, S. 210ff.) die Summe der einzelnen, von einem Individuum benutzten Wege – entweder als der Querschnitt aus verschiedenen, individuellen Raumnutzungen oder als der Längsschnitt einer individuellen Raumbenutzung. So soll die Hodologie in der Psychologie diejenigen Komponenten oder Orte des Raums erfassen, die ihm seine einzigartige Charakteristik verleihen. Eine hodologische Raumbeschreibung erfasst beispielsweise Wege im physikalischen Raum und beschreibt auf Datenbasis, wie häufig welcher Weg von welcher Personengruppe benutzt wird. Es handelt sich bei dieser Mischung aus Physischem und Sozialem um einen Versuch, Strukturen der Lebenswelt zu erfassen.

Durch die Geomedien findet ein Transformationsprozess auf zwei Ebenen statt: einerseits auf Ebene des Diskurses um den indexikalischen Status der Bilder und Daten. Die geografische Zuordnung nimmt den Status eines Authentifizierungsgestus an: ‚es ist DA gewesen‘ statt des „ça a été“ (‚es ist gewesen‘) bei Roland Barthes (vgl. 1989, S. 86f.). Andererseits setzen durch die Kategorisierung statistischer Verfahren Standardisierungen ein. Manovich vertritt in die „Poetik des erweiterten Raumes“ (2005) – eine deutliche Anspielung auf Gastons Bachelards „Poetik des Raumes“ (1957) – die Position, dass mobile digitale Medientechnologien den physischen Raum zu einem Datenraum umformen, da sie Daten aus ihm entnehmen oder ihn um Daten erweitern. Wir durchleben eine Zeit riesiger „Datenexplosionen“, die wir generieren, erheben, analysieren, visualisieren und speichern: Mengen an Informationen und Metadaten, an GPS und *User Generated Content*. Der physische Raum erhält eine neue Dimension und wird zum multidimensionalen, durch Daten ausgedehnten Raum: so schaffen georeferenzierte Fotos der online-Plattform *flickr* eine *Augmented Reality*.

Prinzip Augmented Reality

Wir sind mit neuen, begrifflich schwierig fassbaren Raumverhältnissen konfrontiert, die sich aus Raumkonstituierung, Raumerleben und Raumvollzug der Mediennutzerinnen und Mediennutzer ableiten lassen. Unsere Fähigkeit, Daten zu sammeln, überschreitet diejenige, diese Daten zu verarbeiten und aus ihnen Erkenntnisse zu ziehen. Hinsichtlich der Weite und der Ungewissheit des umgebenden Raumes sowie der Fähigkeit, die enthaltenen Möglichkeiten und Aspekte zu erkennen und verstehen, lassen sich Analogien zu den frühen Entdeckern neuer Kontinente herstellen. Der Umgang mit nicht modellbezogenen Analysen und nicht subjektbezogenen Datenrelationen kommt der Erforschung unbekannter Territorien nahe. Diesen Entdeckungen stehen wir Anfang des 21. Jahrhunderts gegenüber, indem wir mehr Daten sammeln, als wir algorithmisch verarbeiten können. Durch die Weiterentwicklung von Übertragungstechnologien ist die Virtualität des Digitalen mittlerweile zu einem prägenden Teil von ‚Realität' geworden, indem sie diese ‚Realität' durch medientechnologisch generierte Netzwerke mit Datenanreicherungen supplementiert.

Wir können aktuell die Durchdringung des ‚realen Raumes' mit digitalen Rauminformationen feststellen. Dies kann als neu erwachte Sensibilität für Stimme, Leiblichkeit und körperliche Erfahrbarkeit gedeutet werden, die im Gegenzug zur technischen Durchdringung kultureller Ausdruck eines Bedürfnisses nach sinnlicher Wahrnehmung (nicht-elektronischer Wirklichkeitserfahrung) ist. Dabei muss ebenfalls konstatiert werden, dass die digitalen Medien physische Wirklichkeit nicht einfach absorbieren, sondern ihren Qualitäten ein anderes Gewicht verleiht. Wolfgang Welsch spricht diesbezüglich von der Revalidierung realweltlicher Wirklichkeitserfahrung (Welsch 1990, S. 18–23, 150). So findet sich beispielsweise in Medienkunstprojekten wie den Fassadeninstallationen bzw. *Urban Screens* oder Audiospaziergängen wie den Arbeiten von Janet Cardiff verräumlichte Narration in realgeografische Umgebungen versetzt.

Unter *Augmented Reality* oder Erweiterter Realität werden dementsprechend computergestützte Erweiterungen der Realitätswahrnehmungen gefasst, also jene Formen, die Realumgebungen mit Daten verbinden (vgl. Bonsor 2001). Entstanden in den 1990er Jahren als Gegenbegriff zu Virtual Reality unter Einbeziehung des realen Umgebungsraumes, wird *Augmented Reality* weithin verbreitet für aktuelle Medienprodukte und Produktinnovationen im Umfeld mobiler Medien genutzt. Der Begriff selbst ist skeptisch zu bewerten, da diese Erweiterungen nicht den physischen Raum betreffen. Sie sind an spezifische technische Geräte gebunden und daher wäre eher von den Eigenschaften des digitalen Gerätes bzw. der erweiterten Raumwahrnehmung zu sprechen. Man könnte es auch als ‚erweiterte Ortswahrnehmung' bezeichnen, wenn mit Hilfe von GPS oder Bilderkennung via Mobiltelefon Informationen aus Datenbanken wie z.B. zu Sehenswürdigkeiten abgerufen werden können. Dann wäre auch *Augmented Reality* Bestandteil der auf neue Medientechnologien projizierten Erwartungen und somit mehr ein Ausdruck für Hoffnungen und Sehnsüchte als für Tatsachen. In Anlehnung an Marshall McLuhan ist demnach *Augmented Reality* als Erweiterung menschlicher Sinnesorgane zu betrachten (McLuhan 1968, S. 54). Beachtenswert ist hierbei, dass es sich um schiere Dienstleistungsvereinbarungen handelt: Information wird vom öffentlichen Raum auf das persönliche

Empfangsgerät verlagert. Die Information ist nicht mehr im Raum selbst, sondern auf einem Server abrufbar. Zumeist betrifft dies visuelle Darstellungen, in denen Datenvisualisierungen eingesetzt werden. Derartige Anwendungen arbeiten häufig mit positionsbezogenen Daten wie GPS, Bilderkennung oder Kompass. Weitere Formen sind marker-basiert, das heißt, dass zunächst eine visuelle Markierung (z.B. ein QR-Code) auf einem Objekt von einer Digitalkamera erkannt werden muss, damit entsprechende Informationen zugänglich werden.

Augmented Reality **in Bildungsszenarien**

„The context for learning in the 21st Century is being augmented and accelerated by new digital tools and media, particularly by mobile devices and the networks and structures to which they connect people“. (Cook 2010, S. 3) Angesichts der rasanten Verbreitung von Smartphones, besonders in der Nutzergruppe der Jugendlichen und jungen Menschen, erscheint es naheliegend, diese Medientechnologie auch für Bildungsszenarien fruchtbar zu machen. Ohnehin wird sie genutzt, um sich zu informieren, zu kommunizieren, zu spielen und zu arbeiten. *Augmented Reality*, wie Cook ausführt, ermöglicht es Lehrenden, Printmaterial, Objekte sowie geografische Orte mit weiterführenden digitalen Informationen zu ergänzen. Dabei kann es sich um eine Weiterleitung auf eine Website, ein Video, eine dreidimensionale Darstellung oder weitere digitale Formate handeln. Diese idealerweise dynamischen und interaktiven Inhalte werden durch den Einsatz von mobilen Medien wie Smartphones oder Tablets zugänglich. Angebote im Bereich des Tourismus sowie des Architektur- und Ausstellungsbereiches führen bereits vor, wie die Überlagerung ortsbezogener Informationen in Verbindung mit dem aktuellen Standort der Smartphone-Nutzenden aussehen kann. So zeigt die Applikation *Argon* in der Nähe liegende Restaurants an, während der *acrossair*-Browser standortrelevante Wikipedia-Informationen einblendet. Gipfelguide-Applikationen etwa zeigen die Namen und weitere Informationen zu mit der Handykamera gescannten Bergspitzen an. Ein weiteres Handlungsfeld besteht in der Interaktion zwischen den Nutzerinnen und Nutzern durch das Hinzufügen weiterer Information, das Hinterlassen von ‚Spuren‘ oder durch gemeinsam zu lösende Aufgaben. Die technologische Entwicklung ist mit diesen Anwendungen sicherlich nicht an ihrem Ende angelangt, es kursieren Vorstellungen von entsprechenden Brillen (etwa das Entwicklungsprojekt *Google Glass*) sowie Kontaktlinsen.

Nachfolgend werden einige Beispiele aus der Bildungspraxis angeführt, um mögliche Szenarien vorstellbar zu machen: Die Applikation zur Berliner Mauer, veröffentlicht von der Bundeszentrale für politische Bildung in Zusammenarbeit mit dem Zentrum für Zeithistorische Forschung und Deutschandradio, lässt Nutzerinnen und Nutzer vor Ort an den Überresten der Mauer die Geschichte der Teilung Deutschlands erkunden. Das Projekt *Scarlett* der University of Manchester macht seltene Bücher und Manuskripte zugänglich. Der Autohersteller BMW setzt in Ausbildungseinheiten am Motor *Augmented-Reality*-Datenbrillen ein, über die zusätzliche Informationen sowie konkrete Handlungsanleitungen eingeblendet werden.

Die Frage nach dem Lernen in diesen Szenarien ist inzwischen weniger eine technische, sondern vielmehr eine der didaktischen Einbindung in Bildungsszenarien. Deren Settings, Hand-

lungsräume und Vermittlungsverständnis kann durch diese Lernformen maßgeblich beeinflusst werden (vgl. Herber 2012), bzw. müssen sie zunächst grundsätzlich anders konzipiert und gedacht werden, um diese Formen sinnvoll einsetzen zu können. Hierfür ist u.a. eine Positionierung hinsichtlich des Bildungsverständnisses erforderlich, etwa in der Diskussion der Frage inwiefern sich ganzheitliche Lernprozesse von dem ubiquitären Zugriff auf Daten und Informationen unterscheiden. Lediglich der Zugang zu kontextsensitiven, statischen Informationen wird den Potenzialen der *Augmented Reality* keineswegs gerecht.

Lerntheoretisch entspricht der Einsatz von *Augmented-Reality*-Szenarien dem theoretischen Konzept Situierten Lernens. Das Lernen erfolgt selbstbestimmt, durch die „konstruktive Überwindung der kognitiven Distanz, die in der Auseinandersetzung mit den Objekten in ihren jeweiligen räumlichen und sozialen Kontexten besteht" (ebd., S. 10) und führt, laut Einschätzung von Erich Herber, somit zu einer Anreicherung der Realität der Lernenden.

Somit gewinnt die Frage des Ortsbezuges und damit ebenfalls Regionalität in Lernprozessen neue Relevanz: Die unmittelbare, regionale Umgebung und ihre haptische Dingwelt kann in diesen Szenarien einerseits Kontingenzen durch die Fixierung im Raum unterbrechen und zugleich Funktion und Bedeutung von Raum als „Dataspace" (Manovich 2005, S. 339) oder „Metaverse" (Sonvilla-Weiss 2008), als virtueller Informations- und Kommunikationsraum (vgl. Ahrens 2005, S. 75), nutzen.

Weiterhin erforderlich für die Konzeption dieser Lernräume ist die Berücksichtigung der individuellen Lern- und Mediennutzungsgewohnheiten der Lernenden, die Einbindung in nicht zwangsläufig medientechnologisch geprägte Szenarien, wie im *Blended Learning*, sowie die Komposition von Medienensembles (etwa in der Nutzung von Schulbuch und medialen Erweiterungsangeboten).

Fazit und Ausblick

Zusammenfassend lässt sich konstatieren, dass diese medientechnologische Entwicklung als Form allgegenwärtigen und bedarfsorientierten Lernens in allen derzeit diskutierten Bildungsfeldern hoch attraktiv erscheint. Dennoch bleibt es derzeit ein Forschungsdesiderat, wie die aktuellen Medientechnologien sinnvoll, gezielt und unter Nutzung wissenschaftlicher Erkenntnisse zum Lernen und Lehren mit Mehrwert genutzt werden können. Hierbei bedarf es der Klärung lernpsychologischer, didaktischer, lehr-/lernorganisatorischer wie auch organisationaler und kultureller Fragen.

Schließlich kommt eine medienkulturell bewusste Bildungskonzeption nicht umhin, diese Einsatzszenarien auch kritisch zu bewerten und dies auch als eine Chance in Vermittlungsprozessen zu betrachten. Aspekte des Datenschutzes und die Möglichkeit einer Totalüberwachung sind angesichts dieser Technologien stets transparent zu machen, wie etwa die Problematisierung von RFID-Chips, die Objekte zu digitalen Informationsträgern machen, oder die Lokalisierung und Profilerstellung auf der Grundlage derart übermittelter Informationen. Denn bei diesen Technologien geht es nicht nur um die Informationen, die Nutzerinnen und

Nutzern zugänglich gemacht werden, sondern ebenfalls um jene Informationen, welche diese unbeabsichtigt über sich selbst preisgeben. Diese janusköpfige Rolle zwischen Überwachung und Unterstützung müssen *Augmented-Reality*-Szenarien mitdenken. Eigene und fremde Bewegungsmuster im realen und virtuellen Raum können beispielsweise auch Inhalt eines derartigen Bildungsszenarios sein, das die Ansammlung von Nutzungsdaten und standortbasierten Informationen kritisch hinterfragt, um hieraus bewusstes Medienhandeln ableiten zu können. Dies spielt beispielsweise eine Rolle bei der Frage, ob Schülern die Verwendung von virtuellen Identitäten gestattet oder gar empfohlen wird. Fest steht, dass wir in einer medientechnologisch ereignisreichen Zeit leben, die Anlass zur Reflexion unserer aktuellen und zu gestaltenden zukünftigen Kultur gibt.

Literatur

Ahrens, Daniela (2005): Rolle und Funktion der Region in Zeiten der Globalisierung. In: Ott, Michaela & Uhl, Elke (Hrsg.): *Denken des Raums in Zeiten der Globalisierung*. Münster: LIT-Verlag, S. 73–88.

Baudrillard, Jean (1978): *Agonie des Realen*. Berlin: Merve.

Bielefeld, Ulrich & Engel, Gisela (Hrsg.) (1998): *Bilder der Nation. Kulturelle und politische Konstruktionen des Nationalen am Beginn der europäischen Moderne*. Hamburg: Hamburger Edition.

Bonsor, Kevin (2001): *How Augmented Reality Works*. 19th February 2001. Abgerufen unter: http://computer.howstuffworks.com/augmented-reality.htm [Stand vom 22-07-2013].

Buschauer, Regine (2010): *Mobile Räume. Medien- und diskursgeschichtliche Studienzur Tele-Kommunikation*. Bielefeld: Transcript Verlag.

Cook, John (2010): Mobile phones as mediating tools within augmented contexts for development. *International Journal of Mobile and Blended Learning* 2 (3). S. 1–12.

Döring, Jörg & Tristan Thielmann (Hrsg.) (2009): *Mediengeographie. Theorie – Analyse – Diskussion*. Bielefeld: Transcript Verlag.

Foucault, Michel (2006): Von anderen Räumen [1967]. In: Dünne, Jörg & Günzel, Stephan (Hrsg.): *Raumtheorie. Grundlagentexte aus Philosophie und Kulturwissenschaften*. Suhrkamp: Frankfurt am Main, 2006, S. 317–329.

Grossklaus, Götz (1995): *Medien-Raum Medien-Zeit. Zum Wandel der raumzeitlichen Wahrnehmung in der Moderne*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Günzel, Stephan (2008): Die Realität des Simulationsbildes. Raum im Computerspiel. In: *Die Realität der Imagination – Architektur und das digitale Bild. 10. internationales Bauhaus-Kolloquium*. Weimar: Bauhaus, S. 127–136.

Haversath, Johann-Berhard (Hrsg.) (2012): *Geographiedidaktik: Theorie – Themen – Forschung.* Braunschweig: Westermann Verlag.

Herber, Erich (2012): Augmented Reality – Auseinandersetzung mit realen Lernwelten. E-Learning allgegenwärtig. Themenheft 03/2012. *Zeitschrift für e-Learning*. Innsbruck, Wien, Bozen: Studienverlag, S. 7–13.

Jameson, Fredric (1990): Cognitive Mapping. In: Nelson, Cary & Grossberg, Lawrence (Hrsg.): *Marxism and the Interpretation of Culture*. Urbana, Chicago: University of Illinois Press, S. 347–360.

Lewin, Kurt (1934). Der Richtungsbegriff in der Psychologie. Der spezielle und der allgemeine hodologische Raum. *Psychologische Forschung* 4, S. 210–261.

Manovich, Lev (2002): *Metadata Mon Amour*. Abgerufen unter: http://www.manovich.net/articles [Stand vom 20-03-2013]

Manovich, Lev (2005): Die Poetik des erweiterten Raumes. In: Lammert, Angela et al. (Hrsg.): *Topos Raum. Die Aktualität des Raumes in den Künsten der Gegenwart*. Nürnberg, Berlin: Verlag für moderne Kunst, S. 337–349.

McLuhan, Marshall (1968): *Die magischen Kanäle – Understanding Media*. Düsseldorf und Wien: Econ.

Meyer, Torsten (2012): Das Weltweit-Werden und der umgestülpte Cyberspace. In: Gryl, Inga; Nehrdich, Tobias & Vogler, Robert (Hrsg.): *geo@web. Medium, Räumlichkeit und geographische Bildung.* Wiesbaden: Springer VS, S. 201–214.

Meyrowitz, Joshua (1987): *Die Fernsehgesellschaft. Wirklichkeit und Identität im Medienzeitalter.* Weinheim, Basel: Beltz Verlag.

Robinson, Arthur H. (1982): *Early Thematic Mapping in the History of Cartography*. Chicago: University of Chicago Press.

Schlögel, Karl (2003*): Im Raume lesen wir die Zeit: über Zivilisationsgeschichte und Geopolitik.* München: Carl Hanser Verlag.

Schröter, Jens (2009): Das transplane Bild und der spatial turn. In: Döring, Jörg Döring & Thielmann, Tristan (Hrsg.): *Mediengeographie. Theorie – Analyse – Diskussion*. Bielefeld: Transcript Verlag, S. 167–178.

Sonvilla-Weiss, Stefan (2008): *(IN)VISIBLE. Learning to Act in the Metaverse*. Wien, New York: Springer Verlag.

Sitte, Christian (2011): Die Lernrampe „sich orientieren“ in den GW-Lehrplänen und im Geographie (und Wirtschaftskunde)-Unterricht im Hinblick auf die Kompetenzorientierung. *Wiener Schriften zur Geographie und Kartographie* 20. Wien: Universität Wien, S. 251–266.

Stahl, Roger (2010): Becoming Bombs: 3D Animated Satellite Imagery and the Weaponization of the Civic Eye“. *Media Tropes eJournal* 2 (2), S. 65–93. Abgerufen unter: http://www.mediatropes.com/index.php/Mediatropes/article/view/11945 [Stand vom 22-07-2013].

Thrower, Norman J. (1999): *Maps and Civilization. Cartography in Culture and Society*. Chicago: University of Chicago Press. 2. Auflage.

Virga, Vincent und die Library of Congress (2007): *Cartographia. Mapping Civilizations*. New York: Little, Brown and Company.

Welsch, Wolfgang (1990): *Ästhetisches Denken*. Stuttgart: Reclam Verlag.

Whitfield, Peter (1994): *The Image of the World. 20 Centuries of World Maps*. London: Pomegranate Communications.

Spielzimmer

Computerspielraum.
Zum Verhältnis von Virtualität und Alltäglichkeit

Stephan Günzel

Zusammenfassung

Hinsichtlich des Raumes wird das Verhältnis von Computerspiel und Alltag als ein dreifaches analysiert: Zunächst kann der Alltag, den ein Spiel zeigt oder zum Inhalt hat, betrachtet werden: Hierbei wird offenkundig, dass Computerspiele in vielen Fällen Alltägliches nachbilden und auf selbstverständliche Zusammenhänge rekurrieren, nicht zuletzt auch um den Nutzerinnen und Nutzern auf diese Weise die Spielregeln oder Handhabung der Schnittstelle nahezulegen und sie nicht eigens erklären zu müssen. Sodann nehmen Computerspiele eine Rolle im Alltag ein: Gar können Computerspiele als Wegbereiter der Akzeptanz von Computern im Wohnumfeld überhaupt angesehen werden. Zuletzt und am entscheidendsten kann das Computerspiel eine Struktur ausbilden und zur Nutzung anbieten, die eine bisher nicht gekannte, aber nun vor Augen stehende Alltäglichkeit ist. Das Parkourlaufen als Gegenalltäglichkeit ist ein Beispiel, aber auch die Vorschläge alternativer Wahrnehmungsschemata, wie etwa die Welt als Tetris-Spiel zu betrachten.

Einleitung

In real life ist ein Ausdruck, der von Computerspielern für das gebraucht wird, was ‚außerhalb' des Spiels stattfindet. Auf den ersten Blick könnte *Real Life* daher den Bereich bezeichnen, den Nichtspieler als ‚Alltag' ansprechen würden: das Leben, das unvermeidbar ist und dessen Widerständigkeit nicht hinterfragt werden kann. Doch die Hinsicht, in der Computerspieler vom ‚wahren Leben' sprechen, legt eine etwas andere Einschätzung nahe. Aufschluss hierüber kann ein weiterer Ausdruck geben, der im Spielerjargon üblich geworden ist und welcher der Kultur des Chattens entspringt: Hier findet sich die Abkürzung AFK für *away from keyboard* – was als Graduierung des absoluten Zustandes ‚offline' zu sein, eine kurze bis mittelfristige Unterbrechung der Onlinetätigkeit meint. Das heißt, wer AFK ist, ist eben *in real life*; und wer zurückkommt, ist dann B2K: *back to keyboard*.

‚Zurück an der Tastatur' ist daher jeder anderen Alltagssituation vergleichbar, zu der zurückgekehrt werden kann. Aus der Innensicht verhält es sich also gerade so, dass *in real life* die Ausnahme und das Spiel der Normalfall ist: *Away from keyboard* bedeutet nämlich in erster Linie ‚nicht erreichbar sein', für einen kurzen Moment Urlaub von der Kommunikation machen und sich eine Auszeit nehmen. Der Gang zum Supermarkt, zum Kühlschrank oder ins Badezimmer ist hierbei das Unübliche, das Nichtgewöhnliche oder Besondere. Alltag für den User hingegen ist ‚am Bildschirm' und ‚an der Tastatur' sein. Manche Spieler haben daher kleine Maschinen entwickelt, die ihre Präsenz in der Spielewelt vortäuschen sollen, insbesondere dann, wenn die Anwesenheit durch Punkte oder eine Höherstufung belohnt wird.



Abbildung 1: *Mechanische Konstruktion, mit der die Anwesenheit „in virtual life" simuliert wird.*

Hieran lässt sich auch zeigen, worum es in vorliegendem Beitrag nicht geht: Denn es wäre nun ein Leichtes, von hier aus einem Kulturpessimismus das Wort zu reden und vor allem auf Onlinekommunikation basierende Computerspiele für das Verschwinden echter sozialer Beziehungen oder für eine zunehmende Schwierigkeit verantwortlich zu machen, sich in dem zurechtzufinden, was für Außenstehende – also Nichtspieler – alltäglich ist. Dies mag der Fall sein, doch im Folgenden wird nur auf diejenigen Aspekte eingegangen, welche die Wahrnehmung, das Empfinden und die ästhetische Beurteilung des Alltäglichen betreffen: Denn Computerspiele sind ein Bestandteil der Welt und es handelt sich bei ihnen unzweifelhaft um Dinge des Alltags, die ihre Selbstverständlichkeit haben. Das ist nicht erst heute so: Bereits in den 1970er Jahren war ein erster Boom an Heimspielkonsolen zu verzeichnen sowie in den 1980ern eine Konjunktur der Heimcomputer, die vorrangig zu Spielzwecken genutzt wurden.

Gegenwärtig floriert jedoch nicht nur der Verkauf von Game-Konsolen (und spielefähigen PCs), sondern wächst auch der Bereich der sogenannten *Casual Games* – also Spiele, die alltäglich, nebenbei und unterwegs auf dem Handy, dem PDA oder auch als Bonus auf Film-DVDs per Fernbedienung am TV-Gerät gespielt werden, sodass von einer neuen Kulturtechnik oder gar von einer neuen Alphabetisierung gesprochen werden kann (vgl. Gee 2007); das heißt, einer Verbreitung der Fähigkeit, mit diesen Artefakten umzugehen.

In ästhetischer Hinsicht interessiert nun aber nicht allein, dass die Spielgeräte Teil des Alltags geworden sind und dass Spielen auch keine Altersgrenzen mehr kennt, sondern in erster Linie, wie die Spiele den Alltag oder vielmehr das Erleben des Alltags verändern und in Teilen auch ihre eigene Alltagswelt oder Alltäglichkeit ausgebildet haben (vgl. Adamowsky 2000). Die

diesbezüglich radikalste These kann lauten, dass eine Umkehrung stattfindet oder bereits stattgefunden hat, wonach *in real life* die Ausnahme und *in virtual life* der Normalzustand ist, das heißt: der Alltag (für die Spielenden). Eine solch totale Umkehrung von Wirklichkeit und virtueller Realität wäre jedoch mehr ein kulturpessimistisches Schreckgespenst denn eine zutreffenden Diagnose der gegenwärtigen Spielkultur. Die Wahrheit liegt vielmehr dazwischen: in den feinen Verschiebungen und Überlagerungen zwischen Alltag im realen und Alltag im virtuellen Leben.

Das Verhältnis von Computerspiel und Alltag kann in dreifacher Perspektive betrachtet werden: Zunächst im Hinblick auf *Alltag in Computerspielen* (1.), wobei vor allem die Aktivitäten der Spielfigur relevant sind, auf die der Spieler vor dem Bildschirm Einfluss nimmt; sodann im Hinblick auf *Computerspiele im Alltag* (2.), also auf die Anwesenheit der Spielmittel in der Wohnung, die zu einer Durchdringung von realem und virtuellem Leben beitragen. Zuletzt kann darüber hinaus gezeigt zeigen, dass *Computerspiele eine eigene Alltäglichkeit* (3.) ausbilden, die Auswirkungen auf die Wahrnehmung der Wirklichkeit und das Erleben oder Agieren *in real life* haben können.

Alltag im Computerspiel

Hinsichtlich ihres Sujets lassen sich Computerspiele in mindestens zwei Gruppen unterteilen: Zum einen in Spiele, die sich um keine alltäglichen Situationen ranken, und zum anderen in solche, bei denen dies der Fall ist. Auch das wohl bekannteste Computerspiel überhaupt – *Pong* (1972) – war thematisch (das heißt von seinem Darstellungsinhalt oder Sujet her) ein Alltagsspiel, wenn man konstatiert, dass hierbei Tischtennis gespielt wird. (Freilich wird dabei nicht Tischtennis gespielt, sondern man versucht, einen Lichtpunkt am Verlassen des virtuellen Spielraums zu hindern; die narrative Vermittlung dieser Tätigkeit jedoch beruft sich auf eine alltägliche Handlung.)

Ganz und gar nicht alltäglich war von Anfang an hingegen die größere Zahl an Spielen, in denen das Ziel etwa darin bestand, eine junge Frau aus den Händen eines affenartigen Wesens zu befreien oder Außerirdische mit ihren Raumschiffen abzuwehren (wie z.B. *Donkey Kong* oder *Space Invaders*).

Der Unterschied zwischen ‚alltäglich' und ‚nichtalltäglich' lässt sich in den frühen Jahren der Computerspiele (rein) thematisch meist ganz leicht feststellen. In letzter Zeit kommen allerdings Spiele auf, bei denen dies nicht mehr so leicht möglich ist. Dies betrifft Spiele, in denen es um vermeintlich nichtalltägliche Tätigkeiten geht, die dann allerdings mit dem Alltag, ‚wie wir ihn kennen' vermengt sind. Der prototypische Fall der thematischen Einbringung von Alltäglichkeit in eine nichtalltägliche Computerspielhandlung ist die Benutzung einer Toilette. Zumeist wird die Toilette in Spielen nur gezeigt, benutzen lässt sie sich jedoch nur selten, da deren Funktion nicht simuliert ist.

Der erste Fall, in dem eine Toilettenbenutzung zumindest annähernd möglich war, ist *Duke Nukem* 3D (1996), das zu einer Zeit herauskam, als Computerspiele mit perspektivischer 3D-Darstellung bereits im hohen Maße populär waren. Das Spiel fügte dem Genre des *First-*

Person-Shooters denn auch nichts hinzu, was die Darstellungsform angeht; vielmehr wurde das Spiel bekannt, weil es das Genre selbst nicht ganz ernst nahm. Das lässt sich eben an den bereits im ersten Level des Spiels auffindbaren Toiletten festmachen, für deren Benutzung freilich zunächst einige Aliens aus dem Weg geräumt werden müssen.

Dies ist ein frühes und skurriles Beispiel, jedoch gibt es gegenwärtig eine Tendenz, von der fakultativen Ausführung alltäglicher Handlungen in gewalthaltigen Spielen abzurücken und sie zu einem festen und unabdingbaren Bestandteil zu machen. Das gegenwärtig einschlägigste Beispiel dürfte *No More Heroes* (2008) für die Wii sein. Die Spielkonsole von *Nintendo* zeichnet sich dadurch aus, dass die Steuerung durch Bewegung der Hände und Arme durch den Raum oder gar vollen Körpereinsatz erfolgt und nicht mehr nur mit Drücken von Tasten oder mittels Joystick erfolgt.

Die Geschichte von *No More Heroes* besteht darin, dass der Spieler oder vielmehr seine Figur sich mit der weltweiten Top Ten der Auftragskiller messen muss. Da aber einige Zeit verstreicht, bis er gegen seine Konkurrenten antreten kann und auch er nur ein Mensch ist, der alltägliche Bedürfnisse hat, muss *Travis Touchdown* – so der Name des Killers – sich seinen Lebensunterhalt verdienen. Das kann er vor allem dadurch, dass er Aushilfsarbeiten übernimmt, wie etwa Rasenmähen.

Das nächste Beispiel führt bereits zum zweiten Aspekt, zur Durchdringung von virtuellem und wirklichem Leben. Es handelt sich dabei um die Spiel-Serie *Grand Theft Auto*, deren neunter



***Abbildung 2**: Duke Nukem 3D (1996)*

Teil unter dem Titel *GTA 4* im April 2008 veröffentlicht wurde und eines der kommerziell erfolgreichsten Spiele der letzten Jahre ist. Innerhalb von nur einer Woche wurden weltweit sechs Millionen Spiele verkauft, was dem Umsatz von einer halben Milliarde US-Dollar entspricht (vgl. http://en.wikipedia.org/wiki/Gta_iv). Das Besondere an *Grand Theft Auto* ist, dass im Spiel der Alltag einer Spielfigur umfänglich ausagiert werden muss – der Alltag eines Kriminellen zwar, aber auch dieser beinhaltet neben dem Geldverdienen wie in *No More Heroes* weitere existenzielle Tätigkeiten, wie Essen und Trinken, aber auch Geschlechtsverkehr. In dieser Hinsicht fragwürdige Berühmtheit erlangte das Vorläuferspiel *GTA: San Andreas* (2004), da im sogenannten *Hot-Coffee*-Mod die von den Programmierern bereits in den Verkaufsversionen angelegte Möglichkeit freigeschaltet werden konnte, als Mann mit einer Frau Geschlechtsverkehr zu haben – was der Sache nach unzweifelhaft eine alltägliche Tätigkeit sein dürfte.

Die Alltäglichkeit (im Sinne des Unhinterfragten und Routinierten) erfährt im Computerspiel insofern gar eine Steigerung, als in einem digitalen Spiel alle Interaktionsmöglichkeiten als Steuerungsbefehle antizipiert sein müssen (wie z.B. Bewegungen und Perspektivenwechsel).

Computerspiele im Alltag

Gleichwohl der *Hot-Coffee*-Mod eine Radikalisierung von wiederum fragwürdiger Natur ist, so ist er doch repräsentativ für eine Entwicklung, die sich bei Computerspielen abzeichnet. Und diese besteht darin, dass sie nicht nur auf den Alltag als Sujet hin, sondern letztlich auch *als Spiele* entgrenzt werden, insofern die klassische Definition des Spiels, wie es sich bei Johan Huizinga (1956) oder Roger Caillois (1982) findet, in jedem Fall davon ausging, dass das Spiel einen Sonderbereich darstellt: eine räumliche und zeitliche Ausnahme vom Alltag. Das Spiel ist das Besondere, im Gegensatz zum Alltag drumherum.

Von Huizinga her hat sich dafür auch die Begrifflichkeit des „Magic Circle“, des Zauberkreises, in der Computerspielforschung etabliert (Juul 2005). Falls diese Diagnose je auf Spiele oder gar auf Computerspiele zutraf, so muss angesichts von *GTA* und anderer jüngerer Spiele konstatiert werden, dass es sich keineswegs mehr um geschlossene Zonen handelt, in denen Nichtalltägliches stattfindet. In der Konsequenz bedeutet dies, dass die Spiele aufhören, *reine Spiele* zu sein (vgl. Günzel 2010). Und dies lässt sich maßgeblich daran ablesen, dass Alltag in die Computerspiele Einzug hält. So können die Nutzer von *Grand Theft Auto* zwar (wie es von der Spielenarration her vorgesehen ist) virtuell das Leben eines Kriminellen führen und eben vor allem Autos klauen, aber sie können sich auch ein herrenloses BMX-Fahrrad schnappen und damit durch die Spielwelt flanieren – das heißt in diesem Fall „cruizen“–, ohne etwas Gesetzwidriges zu tun. Erst der Zwang, zu essen und hierfür Geld zu verdienen, holt das solcherart zur virtuellen Welt entgrenzte Spiel wieder in die Grenzen zielgebundener Regeln zurück.



Abbildung 3: *Radfahren in GTA: San Andreas*

Offensichtlich keine Spiele mehr (nach der Definition der Spieltheorie) sind folglich Onlineangebote wie das seit 2003 bestehende *Second Life* oder andere Nachfolger der bereits vor drei Jahrzehnten entwickelten *Multi User Dungeons* – also virtuelle (Chat-)Räume, in denen man mit anderen Usern in einem Netzwerk mittels Stellvertretern (den sogenannten Avataren) kommuniziert.

Freilich gibt es auch hier noch spielerische Elemente (vgl. Bartle 1996), so vor allem das Spielen mit der eigenen Identität, wenn die Benutzer sich Spitznamen oder gar nur virtuell existente Eigenschaften zulegen bzw. zusprechen. Gleichwohl zeigt sich hieran bereits die Tendenz zur Umkehrung. Denn insofern diese Identitätsspiele auf Dauer gestellt werden, wird die virtuelle Welt zum Alltag, das heißt, das *Second Life* adaptiert das *First Life* oder vielmehr tritt es gleichberechtigt neben das *Real Life*. Wiederum ist das nicht kulturpessimistisch zu verstehen, sondern als Ernüchterung; denn was gibt es Langweiligeres, als ein Spiel zu spielen, in dem sich nur das Gleiche tun lässt oder gar getan werden muss wie außerhalb des Spiels, und sei es unter anderem Namen?

Wenn der Shop eines Sportschuhherstellers oder Exklusivkonzerte namhafter Rockbands besucht werden können, so ist daran wenig Spielerisches, da die Nutzer etwa gerade nicht auf die Bühne steigen und mitspielen können, sondern wie im *Real Life* Eintritt zahlen müssen und die Musik nur rezipieren dürfen. Freilich ist es eine Bereicherung, wenn diese Möglichkeit aufgrund geographischer und ökonomischer Beschränkungen ansonsten nicht gegeben ist; aber ein

freies Spielen ist das nicht, sondern schlicht und einfach eine ganz ‚alltägliche' Situation der Kommunikation oder vielmehr der Konsumption.

Im Gegensatz zu virtuellen Welten, in denen die Navigation nach wie vor mittels Tastatur und Maus erfolgt, ist die Interaktion bei neueren Spielekonsolen bereits weiter entwickelt: Denn um in *Second Life* in einer Diskothek zu tanzen, muss der Spieler seinen Körper vor dem Bildschirm nicht bewegen, um aber auf der *Wii* ein Fitnessprogramm zu absolvieren oder mit dem *EyeToy* von *Sony* Kickboxen zu üben, kommen die User nicht umhin, dies mit ihren eigenen Leibern zu tun: entweder um die Spielfigur zu steuern oder um selbst im Bild anwesend zu agieren. Auch hier liegt folglich eine Durchdringung von Alltag und Spiel vor, bei dem das Spielerische abermals auf ein Minimum reduziert ist.

Das ist der Weg, auf dem Computerspiele gegenwärtig ganz selbstverständlich Einzug in unsere Wohnung und darüber in unseren Alltag halten. Die Akzeptanz der Spielmaschinen wird letztendlich dadurch befördert oder erleichtert, dass die neueren Konsolen allesamt in einem schlichten oder gar sanften Design daherkommen – im deutlichen Gegensatz zu den auffälligen Spielerechnern oder auch martialisch anmutenden Konsolen in Jugendzimmern, die noch ganz deutlich den Ausnahmezustand signalisieren. Die neueren Konsolen dagegen sind Einrichtungsgegenstände, die unabhängig von ihrer Benutzung bereits einen dekorativen Nutzen zu haben scheinen. Sie stehen oder liegen einfach da und sind schön, oder zumindest fallen sie nicht weiter auf und stören daher nicht.

Alltagsästhetik der Computerspiele

Um zur dritten Möglichkeit der Verbindung von Computerspiel und Alltag zu kommen, möchte ich zunächst die Perspektive wechseln und einen Blick auf ein Projekt des Berliner Medienkünstlers Aram Bartholl werfen. Dies führt auf die Eingangsüberlegung zurück und zur Frage, wie sich die Situation darstellt, wenn nicht das Spiel als Ausnahme angesehen wird und der Rest als Alltag, sondern die Situation im *Real Life* als Ausnahme und das Spiel als Alltag, dies jedoch nicht im Sinne von Schritt zwei – also der Beispiele, die eine Entgrenzung des Spiels hin auf virtuelle Welten umfassen –, sondern im Hinblick auf den Fall, in dem die Ästhetik des Spiels auf das Nichtspiel übergeht, sich also die Wahrnehmung des wirklichen Lebens verändert. Verdeutlichen lässt sich dies an einem ebenfalls bekannten Onlinerollenspiel, das derzeit vor allem wegen seines Suchtpotenzials – der Gefahr des Dauerspiels – in der Kritik steht.

World of Warcraft (2004) funktioniert vereinfacht gesprochen zunächst wie ein Chatraum, in dem Spieler mittels ihrer Avatare interagieren und per Tastatur miteinander kommunizieren können. Spielelemente kommen dadurch hinein, dass sich die einzelnen Spieler auf bestimmten dafür vorgesehenen Servern zu Gruppen (in Gilden) zusammenschließen, die sich gegenseitig überfallen können (was früher etwa dem Cowboy-und-Indianer-Spiel auf einem Kindergeburtstag entsprochen hätte). Zuvor muss die Figur aber zu einer entsprechenden Stärke gebracht werden, damit es für eine Gruppe Sinn macht, diesen Stellvertreter mitsamt Spieler aufzunehmen. Am Anfang steht jedoch – wie auch in *Second Life* – die Namengebung, gefolgt von der stetigen Ausstattung der Figur im Laufe des Spiels.

Hier nun setzen die Experimente von Bartholl an: Er versucht, das, was in *World of Warcraft* ganz selbstverständlich ist – was also der Alltag des Spiels ist – in das *Real Life* einzubringen. Das Experiment „1H" von 2008 sieht etwa vor, eine Waffe, die der Avatar in *World of Warcraft* erwerben kann und die damit auch rechtlich in den Besitz des Spielers übergeht, in der wirklichen Welt bei sich zu tragen und sie nicht allein virtuell zu besitzen (vgl. http://datenform.de/1heng.html).

Das Besondere dieser Aktion ist nun weniger die Verstörung, die sie bei den anderen Teilnehmern des *Real Life* verursachen mag – die Verfremdungsstrategie ist in der Kunst keineswegs neu –, als dass gezeigt wird, was im Computerspiel ‚alltäglich ist': Denn in *World of Warcraft* tragen die Figuren eben ganz selbstverständlich eine Axt (oder eine andere Waffe) bei sich, die dann ab und an zum Einsatz kommt. Eine Axt in *World of Warcraft* bei sich zu tragen ist daher alles andere als auffällig – und wo etwas selbstverständlich ist, liegt folglich ein Alltagskontext vor.

Noch deutlicher dürfte die Normalität des Spiels in dem zwischen 2006 und 2009 mehrfach wiederholten Experiment *WoW* von Bartholl werden, das ebenfalls auf *World of Warcraft* bezogen ist (vgl. http://datenform.de/woweng.html): Dort ist es nämlich ebenfalls normal oder gar unumgänglich, dass die *Nicknames* – also die Namen, welche die Spieler ihrem Alter Ego gegeben haben – über dem Avatar angezeigt werden und in der Spielewelt (als deren realer Bestandteil) sichtbar sind. Wie würde es aussehen, wenn wir alle unsere Namen sichtbar und als realer Bestandteil unserer Person mit uns tragen würden?

Dass ich für das Themenfeld der Umkehrung des Verhältnisses zwischen Spiel und Alltag oder der ästhetischen Transformation des *First* oder *Real Life* durch Computerspiele auf ein Kunstprojekt rekurriere, ist zum Teil auch eine Verlegenheitslösung: Denn tatsächlich ist es nicht leicht, selbst wieder vorzuführen, wie eine Veränderung der Sichtweisen des vormalig Alltäglichen ‚aussieht'. Sehen muss es jeder selbst. Ob es eben zu einer Übernahme der Sichtweise oder ihrer Übertragung auf das wirkliche Leben kommt, ist letztlich personengebunden bzw. kontingent. Das heißt, ob diese Veränderung stattfindet oder nicht, ist nicht durch die Spiele selbst determiniert. Diese machen vielmehr ein Wahrnehmungsangebot. Einer etwaigen Übernahme dieses Angebots kann sich jedoch indirekt angenähert werden. Bartholls Experimente gehen in diese Richtung, aber auch in der Werbung finden sich hierfür Beispiele. Dahingehend gelungen ist ein Spot für das Auto-Modell *Jazz* von Honda, das vom Hersteller unter Hinweis auf den großen Stauraum angepriesen wird. Der Werbefilm greift etwas auf, das umgangssprachlich schon länger „Tetris für Erwachsene" genannt wird, also in Anlehnung an den sowjetischen Spieleklassiker von 1984 die optimierte Transport- oder Lagerraumausnutzung. Vor allem die letzte Einstellung des Werbeclips ist hilfreich, um sich vorstellen zu können, wie es aussieht, wenn sich das Verhältnis zwischen der virtuellen Lebenswelt und der Wirklichkeit umstellt und der Alltag sozusagen die Seiten wechselt. Die Hypothese, die der Clip am Ende formuliert oder vielmehr ‚präsentiert', ist, dass *Tetris*-Spieler das *Real Life* ebenfalls als *Tetris*-Welt auffassen, in der nur eine einzige Frage an Objekte herangetragen wird: Welche Form findet wo ihren Platz, welche Figur, welcher Stein fügt sich wie in den anderen und wie lassen sie sich zueinander optimal anordnen?



Abbildung 4 und 5: *Werbeclip für Honda Jazz*

Das letzte Beispiel für die ästhetische Transformation dürfte auf den ersten Blick geradezu als Gegenbeispiel für Alltäglichkeit anmuten. Als ein Argument kann es erst angesichts der Verlagerung oder Verschiebung zwischen den beiden Lebenswelten dienen.

Die Spiele der *Super Mario Bros*.-Reihe sind die Hauptexponenten sogenannter *Jump'n'Run-Games*, auf Englisch schlicht *Plattformer* genannt. Beide Namen bezeichnen treffend, worum es in dem Spiel geht: Die Aufgabe besteht in einem gelungenen Hindernislauf durch die Welt von Mario, die vor allem eine Welt statischer und beweglicher Ebenen oder Plattformen ist. Dies erinnert an Parkour, einen Sport, der sich seit zehn Jahren zunehmender Popularität erfreut.

Le Parkour stammt ursprünglich aus Frankreich, wo er Ende der 1980er Jahre von David Belle entwickelt wurde. Nach Belles eigenem Bekunden wurde er durch seinen Vater, einen Veteranen des Vietnamkriegs, in die Kunst der aktiven Bahnung eingeweiht. Von Belle selbst gibt es keine Auskunft über eine Anregung durch Videospiele, jedoch nimmt sich Parkour unter allen Trendsportarten, die in diesem Zeitraum entstanden, dadurch aus, dass es keine Weiterentwicklung einer bereits bestehenden Sportart ist, sondern eine regelrechte Neugründung. Zwar könnte man auch Springreiten als einen strukturellen Vorläufer betrachten, das nun ohne Pferd betrieben wird; doch Parkour findet eben nicht allein in der Ebene und in einem Stadion statt, sondern wird an allen möglichen Orten und vor allem unter Einbeziehung eklatanter Höhenunterschiede betrieben.

Es spricht also einiges dafür, dass es sich um die Übertragung einer Wahrnehmung aus dem Videospiel heraus in das *Real Life* handelt, wo es für Nichtspieler eben gerade nicht alltäglich erscheint – und es sich geradezu um eine Geburt aus der Ästhetik der Computerspiele handelt: Die Aufgabe, der sich die sogenannten Traceure stellen, ist es, sich die Wege vorzuenthalten, die alltäglich genommen würden, um von A nach B zu kommen. Diese Wege sind aufgrund natürlicher und baulicher Hindernisse nicht immer die kürzesten. Den kürzest möglichen Weg zu nehmen jedoch – oder ihn allererst herauszufinden –, ist aber gerade das, worum es beim Parkour wie auch in der Welt von Mario geht bzw. gehen kann (da *Super Mario* freilich auch mit dem Ziel des Erreichens vieler Punkte gespielt werden kann).

Literatur

Adamowsky, Natascha (2000): *Spielfiguren in virtuellen Welten*. Frankfurt am Main, New York: Campus.

Bartle, Richard (1996): *Hearts, Clubs, Diamonds and Spades. Players Who Suit Muds*. Abgerufen unter: http://www.mud.co.uk/richard/hcds.htm#1 [Stand vom 15-10-2010].

Caillois, Roger (1982): *Die Spiele und die Menschen. Maske und Rausch* [1958]. Frankfurt am Main, Berlin, Wien: Ullstein.

Gee, James P. (2007): *What Video Games Have to Teach Us about Learning and Literacy*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Günzel, Stephan (2010): Der reine Raum des Spiels. Zur Kritik des Magic Circle. In: Fuchs, Matthias & Strouhal, Ernst (Hrsg.): *Das Spiel und seine Grenzen*. Wien, New York: Springer, 187–200.

Huizinga, Johan (1956): *Homo Ludens. Vom Ursprung der Kultur im Spiel* [1938]. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.

Juul, Jesper (2005*): Half-Real. Video Games between Real Rules and Fictional Worlds*. Cambridge, London: MIT Press.

Medienverzeichnis

EyeToy: Kinetic (2005): Sony/Sony, PS 2.

Donkey Kong (1981): Nintendo/Nintendo, Arcade.

Duke Nukem 3D (1996): 3D Realms/Take Two, PC.

Grand Theft Auto: San Andreas (2004): Rockstar/Rockstar, PC.

No More Heroes (2008): Grasshopper/Ubisoft, Wii.

Pong (1972): Atari/Atari, Arcade.

Second Life (2003): Linden Lab, PC.

Space Invaders (1978): Taito/Midway, Arcade.

Steel Battalion (2002): Capcom/Capcom, Xbox.

Super Mario Bros. (1985): Nintendo/Nintendo, NES.

Tetris (1989): Nintendo/Nintendo, Game Boy.

World of Warcraft (2004): Blizzard/Blizzard, PC.

Abbildungsnachweis

Abbildung 1: http://www.youtube.com/watch?v=qTBr_a5ew7c (Screenshot)

Abbildung 2: http://www.youtube.com/watch?v=lLp3z59WsLQ (Screenshot)

Abbildung 3: Screenshot des Autors

Abbildung 4 und 5: http://www.youtube.com/watch?v=bBp_pNLyhkQ (Screenshots des Autors)

Frontiers – Vom politischen Raum in den Spielraum

Sonja Prlić und Karl Zechenter (gold extra)

Zusammenfassung

Frontiers ist ein Computerspiel, das einen neuen Ansatz im Bereich der *Serious Games* eröffnet: Indem es den politischen Raum des Diskurses der Migration und den virtuellen Raum des *Online Gamings* einander nähert, erschafft es einen neuen Spielraum, der zugleich zur Plattform für die Auseinandersetzung mit sozialpolitischen Fragen wird. Der Artikel beschreibt das Projekt *Frontiers* aus der Perspektive der beteiligten Künstlerinnen und Künstler.

Der reale Raum um *Frontiers*

„What do they want? They want me to kill myself!“

Das ruft ein junger Mann verzweifelt, wenn man sich ihm nähert. Diese Szene ist Teil des Levels *Ceuta* des Computerspiels *Frontiers* und porträtiert zugleich eine reale Begebenheit aus unserer Recherche an den europäischen Außengrenzen.

Zu Beginn der Arbeit an *Frontiers* stand das Interesse, sich in einem Computerspiel dem Thema Flucht zu nähern. Die gesellschaftspolitische Situation ist vertraut: 2008 waren 42 Millionen Menschen weltweit auf der Flucht, insgesamt vier Fünftel fanden Zuflucht in Entwicklungsländern, die meisten davon in Pakistan, Syrien und Iran. In Europa suchten im Jahr 2008 333.000 Menschen um Asyl an (UNHCR 2009). Seit Ende 2006 patrouillieren *Frontex*-Einheiten (www.frontex.europa.eu) im Mittelmeer (vgl. Hess 2010). Ihre Aufgabe ist es, die Flüchtlinge zurückzuweisen oder ihre Ausreise vorbeugend in den Bereichen vor den Grenzen zu verhindern. Finanziert wird *Frontex* (aus *frontières exterieures* gebildet) zum größten Teil von der EU. Zahlen und Fluchtrouten der Flüchtlinge schwanken je nach Konflikten, Naturkatastrophen oder politischen Instabilitäten; die Tatsache, dass sich Menschen auf der Flucht befinden, bleibt aber seit Jahren konstant, nur die Schauplätze verändern sich.

Das Thema ist medial allgegenwärtig, die Wahrnehmung in der Öffentlichkeit als eines der wichtigsten gesellschaftspolitischen Themen bleibt trotzdem gering. Nicht nur in Österreich dienen Flüchtlinge in der Form von „Asylanten“ als Projektionsfläche für das „Geschäft mit der Angst“, das strategisch für Stimmengewinne eingesetzt wird, wie der österreichische FPÖ-Politiker und Ex-Staatssekretär Eduard Mainoni im Gespräch mit Oliver Geden 2006 freimütig bekannte (vgl. Klenk 2006). In unterschiedlicher Ausprägung gilt Ähnliches für viele Länder der EU.

In einem Gespräch vor kurzer Zeit zeigte der Ex-Leiter der Hilfsorganisation *Cap Anamur Elias Bierdel* (www.borderline-europe.de) Fotos von einem Plakat in einem italienischen Hafen aus dem Jahr 2006, auf dem stand: „Kein Krieg gegen Flüchtlinge“. Man muss Elias

Bierdel Recht geben, wenn er bemerkt, dass im Hinblick auf das schwere Gerät, das zur Abwehr der Flüchtlinge eingesetzt wird, heute der „Krieg“ da ist.

Ein besonderes Medienbild prägte uns beim Start der Arbeit an *Frontiers*: 2005 waren in allen Medien mit Nachtsichtgerät aufgenommene Bilder der Grenzanlagen der spanischen Stadt Ceuta zu sehen, eine Exklave, die auf der südlichen Seite der Straße von Gibraltar auf dem afrikanischen Kontinent liegt. Die Bilder zeigten im Zeitraffer aufgenommene Flüchtlinge, die mit improvisierten Leitern die meterhohen doppelten Grenzzäune, die die Stadt umgeben, zu überwinden versuchten. Medienbilder, die die ‚Invasion‘ von Flüchtlingen nach Europa zeigen sollten und dazu führten, dass die Grenzanlagen weiter ausgebaut wurden. Als wir 2008 selbst in Ceuta waren, konnte kein Flüchtling mehr die Grenzzäune überwinden. Ceuta wurde für uns zum zentralen symbolischen Raum, dem Sinnbild der ‚Festung Europa‘.

So weit, so bekannt, so offensichtlich. Wie bei vielen Kunstprojekten, die aus gesellschaftspolitischem Engagement entstehen, standen auch wir vor der Frage, wie das an sich Offensichtliche kommuniziert werden kann. Hier kommt unsere Arbeitsweise als Künstlergruppe *gold extra* ins Spiel: Die Idee schafft das Format. Wir verstehen Kunst als Kommunikation, einzelne Sparten darin metaphorisch gesprochen als verschiedene Register einer Sprache. Wir gehen daher in unseren Konzeptionen nicht von einer bestimmten Kunstform aus, in der wir alles zum Ausdruck bringen wollen, sondern forschen interdisziplinär an und nach neuen Formen, in der sich die jeweilige Inspiration sinnfällig ausdrückt. Dementsprechend sind wir in unterschiedlichen Genres, wie Bildende Kunst, Performance, Musik und *Hybrid Media* tätig.



Abbildung 1: *Grenzanlage in Ceuta*

Für unser Interesse am Thema Flucht bzw. die Umsetzung dessen in *Frontiers*, eröffnete sich uns als augenscheinliche Metapher jene eines *First Person Shooters* mit von Beginn an ungleich verteilten Voraussetzungen, was die politische Lage und die militärische Ausrüstung betrifft. Zugleich suchten wir auch bewusst nach einer Form, die ein größeres Publikum auf andere Weise ansprechen könnte, als traditionelle Formen der Kunstpräsentation wie z.B. Theateraufführungen oder Ausstellungen. Vor allem, weil man sich dort ohnehin einem wohlmeinenden Publikum gegenüber sähe – *„preaching to the converted“* bezeichnet treffend die erwartbare Rezeptionshaltung.

Ein Computerspiel versprach dagegen neue Wege, das politische Interesse auszudrücken, eine ästhetische Position zu definieren und schließlich neue Wege in der Kommunikation mit dem Publikum und auch der Distribution zu entdecken – natürlich kam es auch unserer Lust am Spielen entgegen.

Frontiers im Kontext von *Serious Games*

Im Zusammenhang mit den medialen Räumen um *Frontiers* ist es besonders fruchtbar den Kontext von *Serious Games* näher zu betrachten. Kategorien sowie Kategorisierungen stecken einen eigenen Raum ab, der wesentlich die Reichweite und die Wahrnehmung des Spiels beeinflusst.

Die Positionierung von *Frontiers* innerhalb eines Computerspiel-Rahmens war eine bewusste Entscheidung, z.B. um nicht als Medieninstallation wahrgenommen zu werden. Mit dieser bewussten Verortung gehen aber auch Kategorisierungen, z.B. in Subgenres, einher, die die Rezeptionshaltung bestimmen: Die Kategorisierung in den Rahmen der *Serious Games* passiert mit der Positionierung mit und weist einige limitierende Faktoren in der Rezeptionshaltung auf, denen *Frontiers* aktiv zu begegnen hatte.

Die Definitionen zu *Serious Games* sind vielfältig und ihre Diskussion würde hier zu großen Raum einnehmen. Deswegen wollen wir eine grobe Zusammenfassung versuchen: *Serious Games* wollen als Spiele in ihrer Spielanlage nicht nur unterhalten, sondern auch oder vor allem informieren und werden in der Literatur daher beschreibend auch als „edutainment applications“ bezeichnet. (Ritterfeld et al. 2009, S. 4) Die Palette der als *Serious Games* bezeichneten Anwendungen reicht von pädagogischen Spielen für den Unterricht und E-Learning-Programmen, von Marketing-Games für Firmen und militärischen Simulationen wie *America's Army* bis hin zu Spielen, die für politische Themen sensibilisieren sollen. Viele bedeutende staatliche und nicht staatliche Organisationen stellen Computerspiele zur Verfügung. Als Beispiele sind hier das UNHCR-Spiel *Against all Odds, Food Force* des *World Food Programme* der UN oder *Pictures For Truth* von *Amnesty International* zu nennen. Sehr bekannt sind darüber hinaus die *Global-Conflict*-Serie der dänischen Firma *Serious Games Interactive* (www.globalconflicts.eu), *Real Lives* der kalifornischen Firma *Education Simulation* (www.educationalsimulations.com) oder die witzig-subversiven Spiele der italienischen Independent-Entwicklerinnen und Entwickler *Molleindustria* (www.molleindustria.org).

Mit der Auffächerung des Feldes in inhaltlicher, wie auch struktureller Form und den vielfältigen Ansprüchen und Zielen, die damit verbunden sind, ist der Begriff *Serious Games*, wie Ute Ritterfeld (Ritterfeld et al. 2009, S. 5) zurecht bemerkt, zu oberflächlich geworden, um die Kategorie qualitativ ausreichend zu beschreiben. Dennoch umreißt er eine gewisse Erwartungshaltung für alle Spiele, die zu Recht oder zu Unrecht in diesem Kontext beschrieben werden.

Um hier eine Abgrenzung vorzunehmen, werden die zuletzt angeführten Spiele, also z.B. *Frontiers*, die *Global Conflict*-Reihe, *Molleindustria*-Spiele unter *Games for Change* (nach der gleichnamigen Initiative www.gamesforchange.org) oder *Games for Social Change* (purposefulgames.info) zusammengefasst. Für *Serious Games* wie auch für *Games for Social Change* gilt jedoch zumeist der starke pädagogische Akzent: Als Zielgruppe haben diese Spiele zumeist Lehrerinnen und Lehrer, die Jugendliche ermutigen sollen, das Spiel zu spielen, um so Informationen über verschiedene politische oder soziale Konflikte spielerisch vermittelt zu bekommen.

Diese Spiele sind unterschiedlich grafisch gestaltet, haben jedoch wesentliche verbindende Gemeinsamkeiten: Sie nehmen in Spieldauer und in den technischen Anforderungen auf die vermuteten Bedingungen im schulischen Gebrauch Rücksicht. Viele sind daher einfache Flash- oder 2D-Spiele, deren Design wenig komplex ist. Allen gemeinsam ist ebenso, dass sie über deutlich geringere Budgets im Vergleich zu anderen Spielgenres (z.B. Action, Sport) verfügen. Wenige weisen eine aufwändige Handlung auf oder sind grafisch ansprechend gestaltet.

Die Zuordnung zur Kategorie *Serious Games* bedeutet also für *Frontiers,* gewissen Vorerwartungen gegenüberzustehen. Dazu gehören u.a. eine lehrplanorientierte Themenauswahl und Verarbeitung in eindeutig perspektivierten Botschaften sowie geringe grafische Qualität und technischer Aufwand.

Diesen Erwartungen entspricht *Frontiers* nicht, daher war es in der Präsentation und Darstellung des Spiels wichtig, den neuen medialen Raum zu nützen, der mit dem noch weniger ausdefinierten Subgenre *Games for Change* gegeben ist. Ein wichtiger Aspekt, den wir mit *Frontiers* einbringen wollen, ist die Qualität des ‚Spielspaßes' als gleichberechtigter Faktor neben informativen Gesichtspunkten. Gerade Jugendliche, die als versierte Benutzerinnen und Benutzer die hohen Standards kommerzieller Spiele gewohnt sind, akzeptieren *Serious Games* schwer im Kontext bzw. Vergleich zu anderen Spielen. Dies bedeutet, dass die Welle der *Gamification* aller Inhalte bei der Ablöse von Formen wie Frontalunterricht Vorteile mit sich bringt. Das heißt aber nicht, dass diese Spiele gegenüber anderen Spielen, die in der Freizeit gespielt werden, bestehen könnten. Bei allem guten Willen leidet in vielen *Serious Games* nämlich vor allem dieser Faktor, eben der Spielspaß, der notwendig ist, damit das Spiel auch wiederholt gespielt wird.

Die Möglichkeit der Wiederholung könnte hier auch als wesentliches trennendes Kriterium von *Serious Games* und den neueren *Games for Change* definiert werden: Während traditionelle *Serious Games* nach dem Erreichen des Lernzieles uninteressant werden, könnten *Games For*

Change als Spiele gesehen werden, die darüber hinaus als vollwertige Spiele auch einen Spielwert haben, der kontinuierlich eine informative Plattform mit Spielspaß verbindet.

Die Erfolgsfaktoren, die bedingen, ob *Serious Games* auch tatsächlich gespielt werden, fasst Ute Ritterfeld in einer Studie zu *Serious Games* in folgenden fünf Punkten zusammen: technische Funktionalität, Game-Design, visuelle und akustische Gestaltung, eine gute Storyline und die Möglichkeit der Partizipation (vgl. Ritterfeld 2008). Ob und wie Spiele im Sinne eines *Games for Social Change* die hohen Erwartungen, die im Namen dieses Genres stecken, erfüllen können, nämlich ob sie bei den Spielerinnen und Spielern wirklich ein neues Denken oder sogar Handeln auslösen können, hängt unserer Einschätzung nach von der Einbeziehung dieser Aspekte in den Produktionsprozess ab. Wir haben bewusst den Rahmen der Kategorie *Serious Games* durch Präsentationsweisen, Spielprinzip und Spielart in diese Richtung erweitert und damit auch versucht, im Rahmen der *Games for Social Change* einen neuen Raum zu schaffen.

Wir probieren zudem mit *Frontiers*, die ästhetische Kommunikation des Computerspiels als Kunstwerk gleichberechtigt mit den oben genannten Kriterien einzuführen. Die Herausforderungen und Erwartungen an *Serious Games* und an Computerspiele als Kunstwerke zeigen, dass sie formal-ästhetisch, strukturell-innovativ und auf einer partizipatorischen Ebene überzeugen müssen, also in dem Sinne als abgeschlossene Kunstwerke funktionieren, die zugleich erst durch die Rezipientinnen und Rezipienten und im Diskurs mit ihnen vervollständigt werden. In diesem Zusammenhang erscheint es uns notwendig für *Games for Social Change*, die medialen Räume der Spiele, der gesellschaftspolitischen Diskurse, wie auch des Kunstkontextes zu verbinden. *Frontiers* funktioniert in eben dieser Verbindung, nämlich von Jugendlichen in ihrer Freizeit gespielt, in Galerien als Medieninstallation verstanden und im gesellschaftspolitischen Diskurs als informative Plattform und Beitrag rezipiert.

Der Egoshooter als politisches Spiel

In *Frontiers* werden reale Räume simuliert. Spielerinnen und Spieler schlüpfen in die Rolle von Flüchtlingen oder der Grenzpolizei und begeben sich in fünf *Maps* an Grenzorte zwischen der Sahara, der Straße von Gibraltar und dem Hafen von Rotterdam.

Dass es eben *Räume* sind, die in *Frontiers* er- und bespielt werden können und das Spielprinzip nicht auf Dialoge oder Rätsel baut, wie es in vielen anderen Spielen mit politischem Inhalt und gesellschaftspolitischer Motivation der Fall ist, macht eines der zentralen künstlerischen Merkmale von *Frontiers* aus.

Mit der Entscheidung für das Medium Computerspiel einher ging die Entscheidung, eben kein *Adventure-Format* oder Rollenspiel zu kreieren, sondern sich einem Spielgenre zuzuwenden, das äußerst selten als *Serious Game*, als Spiel, das politische Inhalte vermitteln soll, verwendet wird: der *First-Person-Shooter*.

Frontiers ist ein *Mod* (kurz für *modification*) des bekannten *First-Person-Shooters Half Life 2,* bzw. dessen Multiplayer-Variante. Ein *Egoshooter* als Spiel über Flucht? Die Provokation, die in dieser Voraussetzung steckt, bot sich für uns als Startpunkt und interessante künstlerische

Reibungsfläche. Gerade die besonderen ästhetischen, kommunikativen und partizipativen Möglichkeiten, die ein *Mod* eines solchen Spiels mit sich bringt, wollten wir künstlerisch nutzen und dadurch Probleme vermeiden, die sich als Schwachpunkte von *Serious Games* auftun: Im Bestreben, sozial engagierte Inhalte zu vermitteln, werden oft Inhalte oder Lernziele so stark in den Vordergrund gestellt, dass dabei nicht nur oftmals das Design zu kurz kommt, sondern auch allzu selten auf die eigentlichen Potenziale von Spielen vertraut wird. Darunter sind nicht nur die Interaktivität des Spiels oder die Immersion, die beim Spielen entsteht, gemeint, sondern vor allem auch die Möglichkeit, auf nicht sprachliche Formen der Inhaltsvermittlung zurückzugreifen.

Eine besondere Chance, um sich einem politischen Thema auf nicht zu offensichtlich didaktische Weise zu nähern, bieten *First-Person-Shooter*, indem sie Spielsituationen zulassen, in denen es vor allem um Raumerfahrung und Aktion geht (vgl. Günzel 2012). Als *Actionspiel* können darin aus der Ich-Perspektive Räume erlebt und erkundet werden. *Frontiers* nutzt diese Potenziale: Entscheidend dabei war für uns die Frage, wie in der Gestaltung des Spiels reale politische Räume zu Spielräumen werden können, wie eine konkrete politische Situation in ein Spiel übertragen werden kann und wie durch das Spiel selbst ‚Sinn' entstehen kann. Durch das gemeinsame Spielen des *First-Person-Shooters* entstehen fortlaufend neue soziale Situationen und Aushandlungsprozesse, in denen die darunterliegende Thematik des Spiels, die Erfahrung von Flucht und Migration, automatisch mit-thematisiert wird. Wir möchten im Folgenden zwei Ebenen besonders hervorheben, in denen *Frontiers* den Rahmen der *Serious Games* erweitert und rezipiert und als *purposeful game* wirkt: Durch *Modding* und durch Raumerfahrung.

Reale Räume – Spielräume

Frontiers nimmt das *Mapping*, das Kreieren von Landkarten, wie der Designprozess so treffend genannt wird, beim Wort und porträtiert vier reale Grenzorte, die Flüchtlinge auf ihrem Weg von der Subsahara-Region nach Europa überwinden müssen. Ein fünfter Raum des Spiels bietet eine Art traumhaften Erfahrungsraum, in dem Elemente aus den vorigen *Maps* sowie weiteres Material aus der Recherche nochmals erkundet werden können. Die Stationen des Spiels sind die Sahara, an der Grenze zwischen Niger und Algerien, die spanische Exklave Ceuta, eine spanische Küstenstadt und der Hafen von Rotterdam.

Das Spiel wird von mindestens zwei, idealerweise sechzehn Spielerinnen und Spielern mit- und gegeneinander online gespielt, dabei können sie zwischen zwei Rollen wählen: Flüchtlinge oder Grenzpolizei.

Recherche als Ausgangspunkt

In der Konzeption des Spiels war es uns wichtig, eine intensive eigenständige Recherche zum Thema Flucht durchzuführen. Wir wollten uns nicht nur auf allgemein politischer Ebene mit Flucht beschäftigen, sondern eben konkretes dokumentarisches Material an verschiedenen Grenzen sammeln. Zudem führten wir eine Reihe von Interviews mit Flüchtlingen, Expertin-

nen und Experten, Polizei, Grenzschutz und staatlichen Organisationen sowie mit Medien, NGO- und Kunstorganisationen, die europaweit und spezifisch in diesen Regionen mit Flüchtlingen arbeiten und in Informations-, Vernetzungs- und Hilfsprojekten tätig sind.

Zwei mehrwöchige Rechercherreisen führten uns in den äußersten Osten der Europäischen Union, an die neue Schengen-Außengrenze zwischen Slowakei und Ukraine und in den äußersten Süden Europas, nach Südspanien und Ceuta. „*They want me to kill myself*“, rief uns im Flüchtlingslager *C.E.T.I.* in Ceuta ein verzweifelter junger Mann zu, der in einer vier Jahre dauernden Flucht-Odyssee vom Sudan aus durch die Wüste bis nach Ceuta gekommen war und nun nichts als seine Abschiebepapiere in Händen hielt. Wie geht man aber mit derartigem dokumentarischen Material in einem Spiel um?



Abbildung 2: *Interviews im Flüchtlingslager C.E.T.I, Ceuta*

Wie kommt die Information ins Spiel?

Indem wir die *Maps* des Spiels als virtuelle Repräsentationen realer Orte einsetzen und dies auch so kommunizieren, spielen die Spielerinnen und Spieler sozusagen beide Orte in einem. Dieses ständige Kommunizieren zwischen Spielwelt und realer Welt macht die besondere Qualität der Spielerfahrung aus und kann auch als eine Modifikation des Brecht’schen V-Effektes gesehen werden.

Die Räume von *Frontiers* sind eben nicht nur Spielräume, in denen eigene Spielregeln herrschen und die keinen Bezug nach ‚außen‘ haben, sondern sie verweisen immer auch an unsere Recherche vor Ort, ohne dabei aber aufzuhören, ein Spielraum zu sein, der sich erst im Spiel miteinander konstituiert. Die *Maps* selbst sind mit einer Fülle von Details aus unserer Recherche gestaltet: Grenzanlagen, reale topographische Daten, Schilder, Plakate, O-Töne aus den

Interviews, Personen oder NGO-Büros sind direkt aus unserem audiovisuellen Recherchematerial entnommen. Dazu kommt die Vermittlung der Information in Form von Aktionen oder Spielzielen: die Unüberwindbarkeit der Grenzzäune in Ceuta, die Gefahren in der Sahara durch die lebensfeindliche Umwelt, aber auch das Gefühl des Ausgeliefertseins an Schlepperorganisationen oder andere militärische Konfliktparteien wie die Tuareg, die in der Sahara-*Map* auftreten. Die Spielsituationen selbst vermitteln Informationen, Eindrücke oder Emotionen, die bestimmte Aspekte des Themas Flucht darstellen. Es ist zum Beispiel Teil des Gameplays, dass Flüchtlinge herausfinden müssen, wer sie unterstützen könnte; auch das Gefühl der Frustration, das sich angesichts mancher Aufgaben im Spiel einstellt, ist so eine Art der emotionalen Informationsvermittlung (vgl. Mitgutsch 2009).

Generell sind die *Maps* und das Regelsystem in *Frontiers* so angelegt, dass sich die Spielerinnen und Spieler relativ frei bewegen können und selbstständig moralische Entscheidungen treffen können. Dieses freie Spiel (vgl. Reichert 2008, S. 191) ermöglicht es, dass Spielerinnen und Spieler weniger den gefürchteten erhobenen Zeigefinger erleben, sondern eigenes Entdecken und Gestalten in der dauernden Konfrontation mit moralischen Entscheidungen zum zentralen Erfahrungswert und im pädagogischen Kontext betrachtet zum vorrangigen Lern-Prinzip wird.

Den Konflikt, der durch das Changieren zwischen dem moralischen Korsett der Spielwelt und der realen Welt entsteht, nützen wir in *Frontiers* produktiv: Insofern wird *Frontiers* zur Informations- und Kommunikationsplattform, in der dieser Konflikt ausgetragen werden kann, und wurde von uns auch bewusst in dieser Form entwickelt. Dennoch waren wir über das enorme Bedürfnis nach Kommunikation, Austausch und Diskussion zwischen den Spielerinnen und Spielern innerhalb des Spiels überrascht. *Frontiers* wurde durch die aktiven Spielerinnen und Spieler und die zum Teil heftig geführten Diskussionen über Politik im Spiel, das Thema Flucht, aber auch über moralische Fragen wie den Einsatz von Gewalt im Spiel und in der Realität zu einer dauerhaften und in jeder Spielsession neu konstituierten Plattform für einen niederschwelligen Austausch zu diesen Themen.

Modding als politisches Tool

Neben der Gestaltung von *Frontiers* als Entdeckungs- und Kommunikationsraum spielt *Modding* als partizipative Methode eine Rolle für die Entstehung und für die Wirkung des Spiels.

Frontiers ist eine Modifikation des Spiels *Half Life*2. Als Grundstruktur des Spiels wird die klassische Situation eines First-Person-Shooters, in dem zwei Teams gegeneinander antreten, übernommen. Diese Situation wird jedoch adaptiert und modifiziert: *Frontiers* setzt sich bewusst mit den Regeln und Konventionen von *Online Multiplayer Games* auseinander und bietet neue Spielmöglichkeiten für die Spielerinnen und Spieler.

Modding fungiert hier als Produktionsmethode, als Mittel der Verfremdung und als Instrument zur Partizipation: *Modding* als Produktionsmethode bedeutet die *Game-Engine* von *Half Life2*

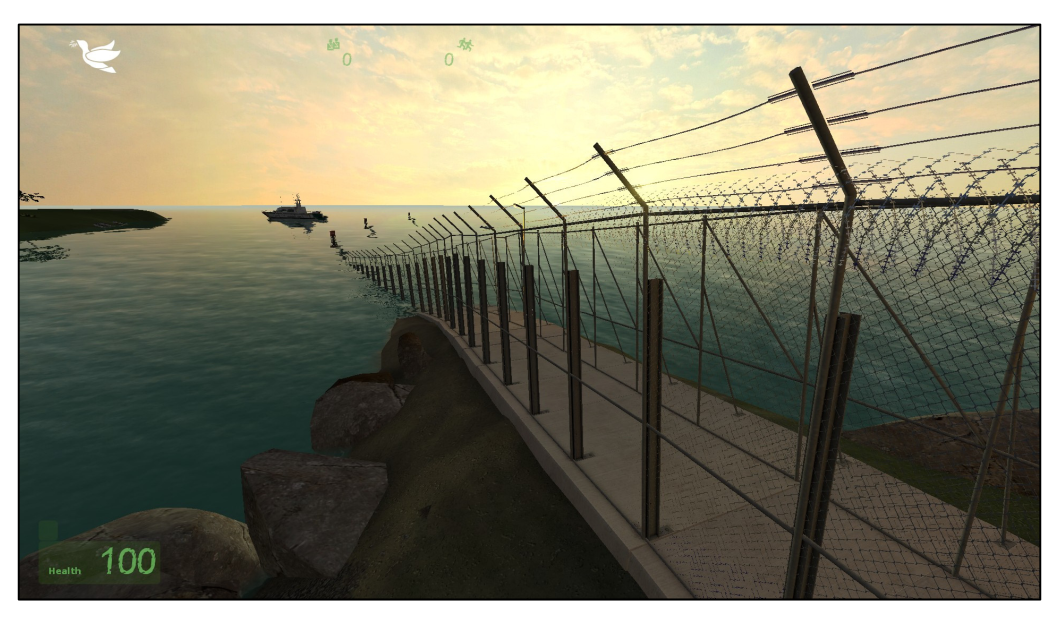


Abbildung 3*: Screenshot aus Frontiers: Der Zaun in Ceuta*

zu verwenden und alle Oberflächen, die im originalen Spiel vorhanden sind, von der Benutzeroberfläche, über den Sound, bis hin zu allen Objekten und Personen zu ersetzen und durch eigene *Models, Characters, Maps, GUIs* auszutauschen.

Über diese Veränderungen an der Oberfläche hinaus haben wir wesentliche Veränderungen an der Spielstruktur, dem *Gameplay*, vorgenommen: Wir haben neue Spielfunktionen hinzugefügt, die in *Shootern* nicht vorhanden sind. Dazu zählen die thematisch realitätsnahen Spieloptionen ‚Verhaften' und ‚Bestechen'. Im Zusammenhang mit diesen Funktionen steht die Intervention, die sich mit dem Hauptelement von *Shootern* auseinandersetzt und gleichsam die zweite Stufe des *Moddings* ist.

Mit dem *Human Rights Index*, einem Gradmesser der Einhaltung von Menschenrechten im Spiel, der sich auf die Punkte, die ein Team erreichen kann, und auf verschiedene andere spielentscheidende Faktoren auswirkt, wird Gewaltanwendung sanktioniert. Diese Maßnahme führt aus der virtuellen Realität in die Gegenwart und wirkt als schockhafter Verfremdungseffekt, als Herausforderung und Provokation von Spielenden, die sich in unterschiedlichen Foren, im Web, aber auch in Diskussionen und Spieletests zu Wort gemeldet haben, neue Spielverhalten ausprobiert haben und die Thematik des Spiels sowie das Genre an sich zum Diskussionsgegenstand machten. Die Neudefinition des Mediums durch die Veränderung wesentlicher struktureller Parameter wird so zum wichtigen Bestandteil des Diskurses. Das Spiel wird zum wirklich gesellschaftlich relevanten Kunstwerk, weil es mit gewohnten Haltungen und Strukturen bricht und so einen Dialog über das Spielen selbst provoziert. In der Arbeit an einem *Game for*

Social Change ist es wichtig, dass Künstlerinnen und Künstler Momente des Umgestaltens und Umdeutens von kommerzieller Mediennutzung einsetzen.

Der Wechsel, *Change* im Diktum der *Games for Social Change*, muss also zuerst in der Struktur des Spiels selbst stattfinden, im eigenen Medium, in den künstlerischen Ausdrucksmitteln und den Regeln des Spiels vollzogen werden, dann kann das Spiel wirklich zu einem globaleren *Social Change* beitragen.

Eine weitere Funktion des *Moddings* ist der partizipative Rahmen, der geschaffen wird und den wir ausgeweitet haben: Für *Half Life*2 steht eine *Game-Engine* samt Editor zur Verfügung, die Zahl von aktiven Benutzerinnen und Benutzern ist enorm: Die *Mod-Database* (www.moddb.com), eine der wichtigsten Diskussionsplattformen für *Game Mods*, verzeichnet im März 2013 10.000 dort registrierte *Mods*, die Zahl der Spielerinnen und Spieler dieser *Mods* ist noch um ein Vielfaches höher.

Mit der Form *Mod* dockt das Spiel *Frontiers* also an eine bestehende Community und wird von dort aus weiterverbreitet, diskutiert und weiterentwickelt. Dadurch, dass das Instrumentarium jedem offen steht, können Spielerinnen und Spieler auch zu Mitgestaltenden der virtuellen Realität werden. Mit dieser Möglichkeit der aktiven Partizipation erweitert sich die Reichweite des Diskurses beträchtlich. Politische und ästhetische Fragen verbinden sich in einem Dialog über die Konstruktion der virtuellen Welt, die in eine Diskussion über Fragen der Migrationspolitik umschlägt.

Frontiers funktioniert wie Medienkunstwerke generell in und durch die Medien, in diesem Fall auch dadurch, dass es gespielt, besprochen, angesehen, auf der Webseite und anderen Internetforen diskutiert wird. Die hohe Zahl an Downloads belegt, dass *Frontiers* Spielerinnen und Spieler erreicht. Bei Live-Präsentationen treffen wir auf großes Interesse und Engagement. Schließlich wurde *Frontiers* in Fachmagazinen und Nachrichtenmedien besprochen, darunter ARD Tagesthemen, ARTE, ORF, WDR, BR, Die Zeit, Der Spiegel, sowie eine große Reihe von österreichischen und deutschen Zeitungen (vgl. http://blog.frontiers-game.com). Bei *Frontiers* lassen sich politische Dimension und ästhetische Funktion nicht voneinander trennen. In dieser Offenheit in beide Richtungen funktioniert das Spiel als Tool für eine Präsentation von *Amnesty International* wie auch in der Dauerausstellung *ZKM_Gameplay* (http://on1.zkm.de/zkm/stories/storyReader$8325) im ZKM Karlsruhe und entfaltet in beiden Fällen eine diskursivierende Funktion.

Ein weiterer Aspekt, der für die Wirkung und Produktion von *Frontiers* zugleich wichtig ist, ist die Produktionsweise als *Work In Progress*. Sie steht in Verbindung mit dem partizipativen Rahmen, der durch das *Modding* bereits vorgegeben ist. Wir haben diesen partizipativen Rahmen auf die Produktion selbst übertragen: Vom Beginn der Produktion an haben wir versucht, den Entwicklungsprozess offen zu gestalten, das heißt, das Spielkonzept wurde als Idee und Prototyp unterschiedlichen Gruppen präsentiert, Flüchtlingen, Kunstinteressierten, Expertinnen und Experten an Universitäten und Kulturzentren, in Flüchtlingshäusern in Spanien, Portugal, der Ukraine, Österreich und Deutschland. Im offenen Prozess war es dabei möglich, Ideen beizutragen, zu kritisieren und auch selber am Projekt mitzuwirken.

In diesem Sinne ist durch die Produktionsweise und die Spielweise von *Frontiers* eine diskursive Plattform entstanden, die eine neue Perspektive für *Serious Games* jenseits der Abarbeitung von Lernzielen darstellt. So gelang es auch mit *Frontiers,* einen Spielraum zu schaffen, in dem sich verschiedene andere Räume verschränken und verschiedene Rezipientengruppen, die sonst kaum aufeinander treffen, eine Plattform des Austausches finden. Indem *Frontiers* in Museen und Galerien vor Kunstpublikum gezeigt, als Tool von *NGOs* und Lehrenden verwendet und von Spielerinnen und Spielern auf der ganzen Welt in ihrer Freizeit gespielt wurde, kam es zu interessanten Diskussionen und Begegnungen. So stellt *Frontiers* auch den gelungenen Versuch dar, dokumentarische Inhalte in einem neuen sozialen Format zu vermitteln.

Frontiers kann als ästhetische Kommunikation soziale Probleme nicht lösen, aber dazu beitragen, dass der Aufschrei des jungen Flüchtlings: *„They want me to kill myself“* von unterschiedlichen Gruppen wahrgenommen wird. Das wiederholte Spielen verankert dabei die Orte und Situationen, die im medialen weißen Rauschen vorbeifliegen, auf einer mentalen Landkarte der Spielerinnen und Spieler: Ein Spieler berichtete uns während einer Spielsession, dass er aufgrund des Spielens der *Map Ceuta* ein Referat darüber in der Schule gehalten hat. So kommen schließlich Inhalte aus dem Spielraum von *Frontiers* wieder in den Klassenraum, und das halten wir für die bestmögliche Perspektive für *Serious Games*.

Literatur

Günzel, Stephan (2012): *Egoshooter: Das Raumbild des Computerspiels*. Frankfurt am Main: Campus.

Hess, Sabine & Kasparek, Bernd (Hrsg.) (2010): *Grenzregime: Diskurse, Praktiken, Institutionen in Europa.* Berlin: Assoziation A.

Klenk, Florian (2006): *Mainoni – das ungekürzte Interview aus dem Bauch der FPÖ*. Abgerufen unter: http://www.florianklenk.com/2006/09/22/mainoni-das-ungekurzte-interview-aus-dem-bauch-der-fpo/ [Stand vom 15-03-2013].

Mitgutsch, Konstantin (2009): *Lernen durch Enttäuschung. Eine pädagogische Skizze*. Wien: Braumüller.

Reichert, Ramon (2008): *Amateure im Netz*. Bielefeld: Transcript.

Ritterfeld, Ute (2008): *Nur Qualität macht Spaß.* Abgerufen unter: http://www.checkpoint-elearning.de/article/5425.html [Stand vom 15-03-2013].

Ritterfeld, Ute; Cody, Michael & Vorderer, Peter (Hrsg.) (2009): *Serious Games. Mechanisms and Effects.* New York: Routledge.

UNHCR (Hrsg) (2009): *2008 Global Trends. Refugees, Asylum-Seekers, Returnees, Internally Displaced and Stateless Persons*. Report, 16. Juni 2009. Abgerufen unter: http://www.unhcr.org/4a375c426.html [Stand vom 15-03-2013].

Abbildungsnachweis

Alle Bildrechte bei *gold extra*.

Salon

Das deliberative Potenzial von Online-Diskussionen auf Nachrichtenportalen

Juliane Nagiller

Zusammenfassung

Neue Informations- und Kommunikationstechnologien eröffnen neue Arenen von Öffentlichkeit, deren deliberatives Potenzial different eingeschätzt wird. Der vorliegende Beitrag beschäftigt sich mit der Frage, inwieweit diese Online-Öffentlichkeiten die an sie herangetragenen normativen Kriterien der Inklusion und Diskursivität erfüllen, und beleuchtet die Interaktion von Userinnen und Usern im Rahmen der Kommentarfunktion auf Nachrichtenportalen.

Einführung

„Ich hab keine Lust mehr. Ich hab keine Lust mehr auf eine Kommentarkultur, wo sich die Hälfte aller Kommentatoren nicht im Ton beherrschen können und ständig einfach irgendwas oder irgendwen bashen“, schrieb Markus Beckendahl (2012) im vergangenen Herbst im renommierten Blog *netzpolitik.org* und brachte damit eine Debatte über Diskussionskultur im Netz in Gange.

Neue Informations- und Kommunikationstechnologien bergen das Potenzial zur emanzipatorischen Entfaltung der zentralen Errungenschaften der Moderne: Öffentlichkeit und freie Meinungsäußerung. Ein Blick auf die Diskussionskultur im Netz erweckt aber den Eindruck, dass dieses Potenzial bisher nicht vollständig ausgeschöpft wird. 2011 wurde das Wort *Shitstorm* zum Anglizismus des Jahres gewählt, da es „eine Lücke im deutschen Wortschatz, die sich durch Veränderungen in der öffentlichen Diskussionskultur aufgetan hat“ (o.V. 2011), fülle. Der kommunikative Austausch in Online-Diskussionen unterscheidet sich von Face-to-face-Diskussionen dadurch, dass schriftlich und zumeist asynchron kommuniziert wird und Indizien zur eindeutigen Identifikation der Diskussionspartnerinnen und -partner fehlen. Dies kann einerseits einen deliberativen Austausch, der frei von Zwängen geführt werden sollte (vgl. Habermas 1984, S. 177f.), fördern, andererseits aber auch destruktives Kommunikationsverhalten unter dem vermeintlichen Schutzmantel der Anonymität befördern.

Der vorliegende Beitrag stellt die Frage nach dem deliberativen Potenzial von Online-Diskussionen auf Nachrichtenportalen und analysiert die Interaktion der Userinnen und User auf diesen. Nach der Darlegung des aktuellen Forschungsstands und einer theoretischen Kontextualisierung werden die empirischen Ergebnisse einer inhaltsanalytischen Untersuchung von zwei Nachrichtenportalen präsentiert.

Aktueller Forschungsstand

Das Ausmaß nutzergenerierter Inhalte ist in den letzten Jahren immens angestiegen. Unter sogenanntem *User-Generated-Content* (UGC) versteht man Inhalte, die nicht von den Anbieterinnen und Anbietern, sondern von den Endnutzerinnen und Endnutzern eines Webangebots erstellt werden. Nutzergenerierte Inhalte sind kein Spezifikum neuer Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT), da auch der Leserbrief oder das Call-In ins Hörfunk-Studio als solche bezeichnet werden können. Allerdings besitzt UGC im Web einen anderen Stellenwert. Von den sehr vielfältigen Formen von UGC (Umfragen, Foren, Wikis, Blogs, etc.) wurde die Kommentarfunktion sehr schnell auf Nachrichtenportalen inkludiert. Medienunternehmerinnen und -unternehmer gaben an, sich nahezu genötigt gefühlt zu haben, diese Funktion auf ihrer Homepage zu integrieren, um nicht den Anschluss an das digitale Zeitalter zu verpassen und wettbewerbsfähig zu bleiben. User-Partizipation wurde von den Medienunternehmerinnen und -unternehmern primär aus wirtschaftlichen Gründen forciert, demokratiepolitische Interessen spielten keine zentrale Rolle (vgl. Hermida & Thurman 2007).

Von den Journalistinnen und Journalisten wird die Kommentarfunktion sehr ambivalent wahrgenommen. Reich (2011) konnte zeigen, dass in der positiven Wahrnehmung vor allem das deliberative Potenzial und in der negativen Wahrnehmung der oft sehr herabsetzende Kommunikationsstil der Userinnen und User herausgestrichen wird. Journalistinnen und Journalisten beschreiben die Kommentarfunktion als Notwendigkeit, um Rezipientinnen und Rezipienten anzuziehen und infolgedessen essenziell für Medienunternehmen um finanziell zu überleben. Problematisch sei die teilweise sehr niedrige Qualität von Kommentaren, die teilweise Beleidigungen, Diffamierungen oder diskriminierende Aussagen beinhalten.

Die Kommentarfunktion auf Nachrichtenportalen wird immer stärker von den Userinnen und Usern genutzt. Die Wochenzeitung *Die Zeit* verzeichnete im Jahr 2012 rund 700.000 Kommentare auf ihrem Online-Portal www.zeit.de (Schmidt & Horn 2012). Wobei eingeräumt werden muss, dass im Verhältnis zu den Zugriffszahlen nur wenige Userinnen und User auch tatsächlich einen Kommentar hinterlassen. Userinnen und User verhalten sich in der Regel eher passiv im Hinblick auf die Verwendung von interaktiven Funktionen. Für den Großteil ist das Auswählen und Anklicken ausreichend (vgl. Larsson 2011, S. 1192).

Die ansteigende Anzahl an Kommentaren bringt Medienunternehmerinnen und -unternehmer in einen Disput zwischen der wirtschaftlichen Notwendigkeit der Etablierung der Kommentarfunktion und der Handhabung einer ständig ansteigenden Menge an Kommentaren. An diese geknüpft ist die Angst, dass Kommentare, die nicht ein Mindestmaß an Diskussionskultur aufweisen, das Ansehen des Mediums beschädigen. Medienunternehmen kombinieren daher die Implementierung der Kommentarfunktion zumeist mit einer Form der Moderation (vgl. Hermida und Thurman 2007). Hierbei kann zwischen einer *pre-moderation*, einer Moderation der Kommentare vor deren Veröffentlichung, und einer *post-moderation*, einer reaktiven Moderation nach der Veröffentlichung, differenziert werden (vgl. Wright und Street 2007, S. 857). Ein dritter Moderationsansatz ist die Delegierung der Moderation an die Userinnen und User, indem diesen die Möglichkeit eingeräumt wird, beleidigende, rassistische oder diskriminieren-

de Postings zu melden. Mit der Moderation der Kommentare, im Speziellen mit der *pre-* und *post-moderation*, sind hohe Kosten für die Medienunternehmen verbunden, was bei manchen die Frage auftreten lässt, ob der Nutzen von nutzergenerierten Inhalten in Relation zu den aufgewendeten Ressourcen stehe (vgl. Hermida und Thurman 2007, S. 24).

Ein zentrales Merkmal neuer Interaktions- und Kommunikationstechnologien ist Interaktivität. Deborah Chung (vgl. 2008, S. 666f.) begreift Interaktivität als ein Kontinuum und differenziert diese in vier Kategorien: *medium, medium/human human/medium* und *human interactivity*. Das Posten von Kommentaren kann nach dieser Differenzierung als *human interactivity* klassifiziert werden, da diese Form der Interaktivität zwischenmenschliche Kommunikation erleichtert. Das Ausmaß in dem diese Form der Interaktivität genutzt wird, hänge vom Grad der Glaubwürdigkeit, die Online-Nachrichten zugesprochen wird, vom politischen Engagement und vom Geschlecht ab (vgl. Chung 2008, S. 670–674). Der zentrale Initialreiz zur erstmaligen Nutzung der Kommentarfunktion liegt in der Erfahrung von Dissonanz. Dies trifft insbesondere bei Themen zu, bei denen die Userinnen und User eine ausgeprägte Meinung haben oder stark involviert sind. Die regelmäßige Verwendung der Kommentarfunktion kann durch den damit verbundenen Kompetenzerwerb und das Kompetenzerleben, das Unterhaltungserleben, das Gemeinschaftsgefühl und die Selbstbestätigung erklärt werden (vgl. Springer 2011). Horn und Neufeind (2012) bieten eine Typologisierung der Userinnen und User anhand ihres Postingverhaltens an und differenzieren zwischen „Pöbler“, „Müsterschüler“, „Bemühten“ und „Besserwissern“. Der Großteil der Kommentare wird von „Bemühten“ verfasst. Deren Kommentare sind von mittlerer Länge und mittelmäßiger Güte und weisen einen relativ freundlichen Umgangston auf. Ein Drittel der Poster muss jedoch zu den „Besserwissern“ gezählt werden. Sie verfassen sehr wenige, kurze Kommentare, die einen scharfen bis beleidigenden Umgangston aufweisen.

Beim Versuch der Typologisierung von Postern stößt man oft auf die Begriffe *Lurker* und *Trolls*. Erstere bezeichnen Personen, die die Kommentarfunktion nur passiv nutzen, indem sie Postings zwar lesen, allerdings selbst nicht an der Diskussion teilnehmen, wohingegen zweitere mit ihrem Verhalten, das stark auf Negativität und Beleidigung abzielt, bewusst versuchen, die Diskussion zu untergraben (vgl. Shachaf und Hara, 2010).

Beim Versuch das Diskussionsverhalten von *Trollen* zu erklären, wird oft auf die Anonymität verwiesen, unter deren Schutzmantel man auf den meisten Nachrichtenportalen kommentieren kann. Zumeist interagieren die Userinnen und User nicht vollkommen anonym, sondern werden dazu aufgerufen, einen UserInnen-Namen zu wählen, unter welchem ihre Kommentare veröffentlicht werden. Diese UserInnen-Namen weisen metakommunikative Bedeutung auf, da sie zumeist Rückschlüsse auf bestimmte Aspekte, Ansichten oder Charakteristika der Nutzerinnen und Nutzer zulassen. Sie sind somit ein konstitutives Mittel zur Identitätskonstruktion und Selbstpräsentation im Web (vgl. Beck 2006, S. 152f.). Dem Vorwurf, dass Anonymität zum Verfall der Diskussionskultur führt, muss die Möglichkeit entgegnet werden, dass über die Verwendung von UserInnen-Namen personengebundene Merkmale ausgeblendet werden und eine Fokussierung auf den argumentativen Austausch stattfinden könne: „Disinhibition can be

beneficial: in advice and discussion threads, anonymity may provide a cover for more intimate and open conversations“ (Bernstein et. al. 2011, S. 6).

Der Kritik an der Online-Diskussionskultur steht das Potenzial gegenüber, dass Postings zu einer „vox populi“ (Reich 2011, S. 98) werden könnten, da sie einen prinzipiell offenen Zugang für alle Akteurinnen und Akteure sowie Meinungen bieten. „The combined effects of immediate response, unlimited space, and minimal censorship, open up an opportunity for citizens to participate in public deliberation (...)“ (2009, S. 6), argumentieren Manosevitch und Walker und identifizieren drei Potenziale der Kommentarfunktion auf Nachrichtenportalen: (1) Kommentierende können inhaltlich zur Thematik beitragen, indem sie Informationen oder auch eigene Erfahrung zum Diskurs beisteuern, (2) durch Kommentare wird eine Vielfalt an Perspektiven angeboten und (3) die Kommentarfunktion stellt ein interaktives Instrument zur Kommunikation zwischen Journalistinnen und Journalisten und Leserinnen und Lesern dar. Die empirischen Ergebnisse zeigen, dass diese Potenziale von Kommentierenden nicht kohärent genutzt werden, sondern die Kommentarfunktion als Plattform zur reinen Meinungsartikulation und zum Zweck der Profilierung genutzt wird (vgl. Springer 2011). Kim Strandberg (2008, S. 84) konkludiert nach seiner Analyse von Online-Diskussionen: „The on-line political discussions in Finland [...] are hard to classify as anything but narrow audience non-deliberative discussions, or at best as narrow audience semi-deliberative discussions.“ Zumeist weisen Online-Diskussionsbeiträge zwar Argumente auf, polarisieren nicht und sind nicht von respektlosem Verhalten gekennzeichnet, ihr deliberatives Potenzial unterscheidet sich allerdings nicht maßgeblich von Diskussionen in anderen Medien, wie Raphaël Kies (2010) feststellte. Ein deliberatives Potenzial sei zwar vorhanden, werde aber nicht immer ausgeschöpft: „[T]he new electronic agoras offer interesting opportunities to promote deliberative practices, but the question is whether these will be coherently exploited by the different public and private actors.“ (Kies 2010, S. 166). Inwieweit dieses deliberative Potenzial auf den beiden Nachrichtenportalen *derstandard.at* und *tt.com* entfaltet wird, steht im Fokus des vorliegenden Beitrags.

Theoretischer Kontext

Öffentlichkeit gilt als einer der Leitbegriffe moderner Gesellschaften, der unweigerlich mit politischen, rechtlichen, integrativen und deliberativen Ansprüchen verbunden ist. Jürgen Habermas definiert drei Kriterien, die Öffentlichkeit erfüllen muss: Gleichheit, Offenheit und Diskursivität. Öffentlichkeit setzt zuallererst eine Ebenbürtigkeit voraus, die jegliche Statusdifferenzen außer Kraft setzt. Eine „Parität, auf deren Basis allein die Autorität des Arguments gegen die der sozialen Hierarchie sich behauptet und am Ende auch durchsetzen kann“ (Habermas 1990, S. 97). Des Weiteren muss Öffentlichkeit offen sein. Offen für alle Akteurinnen und Akteure sowie für Themenbereiche, die möglicherweise bisher nicht im Zentrum der öffentlichen Aufmerksamkeit standen. „Die diskutablen Fragen werden allgemein nicht nur im Sinne ihrer Bedeutsamkeit, sondern auch der Zugänglichkeit: alle müssen dazugehören *können*“, schreibt Habermas (1990, S. 98 Hervorhebung im Original) und spricht von einer „prinzipiellen Unabgeschlossenheit des Publikums“. Eine weitere normative Vorgabe, die an die

Öffentlichkeit herangetragen wird, ist die diskursive Bearbeitung von Themen. Denn nur ein argumentativer Austausch über Probleme und Fragestellungen kann zu einer kollektiven Akzeptanz führen.

Jürgen Habermas bettet sein Konzept von Öffentlichkeit in den Kontext einer deliberativen Demokratietheorie ein:

> „Das deliberative Modell begreift die politische Öffentlichkeit als Resonanzboden für das Aufspüren gesamtgesellschaftlicher Probleme und zugleich als diskursive Kläranlage, die aus den wildwüchsigen Prozessen der Meinungsbildung interessenverallgemeinernde und informative Beiträge zu relevanten Themen herausfiltert und diese ‚öffentlichen Meinungen' sowohl an das zerstreute Publikum der Staatsbürger zurückstrahlt wie an die formellen Agenden der zuständigen Körperschaften weiterleitet." (Habermas 2008, S. 144)

Unter Deliberation versteht man das kollektive und dialogische Räsonnement, das Offenheit und die „Kraft des besseren Arguments" (Habermas 1990, S. 119) als konstitutive Elemente bedingt. „This disposition to seek mutually justifiable reasons expresses the core of the process of deliberation. More specifically, the disposition implies three principles – reciprocity, publicity, and accountability (...)" (Gutmann und Thompson 1998, S. 52). Um in einen deliberativen Prozess einzutreten, müssen die Teilnehmenden gegenseitig ihre deliberativen Kapazitäten anerkennen, um somit eine gleichberechtigte Teilnahme zu garantieren. Ebenso muss der Prozess frei sein, was bedeutet, dass sich die Teilnehmenden nur an die Vorbedingungen und das Ergebnis der Deliberation gebunden fühlen. Ein weiteres Kriterium ist der begründete, durch Argumente gestützte, Austausch sowie die formale und inhaltliche Gleichwertigkeit der Teilnehmenden. Nur unter diesen Prämissen kann das Ziel der Deliberation, die rationale Erreichung eines Konsenses, erreicht werden (vgl. Cohen 1989, S. 22f.). Zwei Arten von Erwartungen werden an deliberative Prozesse herangetragen. Einerseits sollen bereits in der Durchführung eines deliberativen Prozesses Freiheits- und Gleichheitsnormen sowie Respektansprüche realisiert werden und ausgelöst durch Prozesse des Argumentierens und Reflektierens sozialintegrative Effekte sowie individuelle Lernprozesse auftreten. Und andererseits werden als Resultat von deliberativen Prozessen Ergebnisse wie eine erhöhte Transparenz aller Ansprüche oder ein breiterer Konsens in der Entscheidungsfindung erreicht (vgl. Hüller 2005, S. 18–22).

Neue Kommunikations- und Informationstechnologien stellen die Infrastruktur bereit, die benötigt wird, um deliberative Diskurse voranzutreiben, wie auch Jürgen Habermas einräumt:

> „Angesichts der elektronischen Kommunikationsrevolution bietet sich jedoch das deliberative Paradigma an, um die starken normativen Ideen an die gesellschaftliche Komplexität der Gegenwart so anzuschließen, dass sie nicht von vornherein am Dementi der Tatsachen scheitern" (Habermas 2008, S. 143).

Vor allem das Kriterium der Offenheit ist bereits in der Struktur computer-vermittelter Kommunikation angelegt, wobei eingeräumt werden muss, dass dies nur gilt, insofern ein Zugang zu neuen Informations- und Kommunikationstechnologien gegeben ist (vgl. Norris 2001). Laut

ORF Media Research verfügten 2011 86% der Österreicherinnen und Österreicher über die prinzipielle Möglichkeit, das Internet zu nutzen. Ob digitale Öffentlichkeiten, die sich im Rahmen von Online-Diskussionen etablieren, auch die Kriterien der Inklusion und Reziprozität erfüllen, gilt es im Folgenden zu klären. Hierbei kommen die von Raphaël Kies (vgl. 2010) erarbeiteten Kriterien *Inclusion, Reciprocity* und *Justification* zum Einsatz.

Fragestellungen und Methode

Über die Kommentarfunktion etabliert sich eine neue Sphäre der Öffentlichkeit. Der Frage, ob diese Öffentlichkeit die an sie gestellten normativen Kriterien erfüllt, geht der vorliegende Beitrag anhand einer empirischen Untersuchung der beiden Nachrichtenportale *www.tt.com* und *www.derstandard.at* nach. Inhaltsanalytisch untersucht wurden hierbei die Kommentare, die in der Untersuchungswoche 22.03.2012 – 28.03.2012 auf den genannten Nachrichtenportalen zu redaktionellen Artikeln, die sich mit dem Thema ‚Jagdeinladungen an Günther Platter' auseinandersetzten, veröffentlicht wurden. Voraussetzung für die Relevanz eines Artikels war der inhaltliche Bezug zum Untersuchungsgegenstand – die Ressortzuteilung wurde nicht berücksichtigt. Als Analyseeinheit galt der gesamte Kommentar, der mit Hilfe einer Reihe von Kategorien verschlüsselt wurde.[1] Insgesamt wurden 175 Postings mit Hilfe einer Zufallsstichprobe und einer darauf aufbauenden systematischen Auswahl ausgewählt und analysiert.[2]

Mit Hilfe dieser Inhaltsanalyse sollten Antworten auf zwei zentrale Fragestellungen gefunden werden: Fungieren Online-Diskussionen als virtuelle Agora im deliberativen Sinne? Wie interagieren die Userinnen und User in der Diskussion miteinander?

Ergebnisse

Kriterien der Deliberation

Nicht nur der offene Zugang stellt eine Prämisse für eine deliberative Diskussion dar, sondern auch die gleichberechtigte Inklusion aller Beteiligten in der Diskussion. Tabelle 1 zeigt alle an den Online-Diskussionen aktiv Beteiligten und deren Anzahl an veröffentlichten Postings. Der Vergleich der beiden Nachrichtenportale führt zu ähnlichen Ergebnissen. Mehr als die Hälfte der Diskussionsteilnehmerinnen und -teilnehmer verfasst nur einen Kommentar und beteiligt sich anschließend nicht weiter an der Diskussion. Über zehn Kommentare wurden auf dem Portal *derstandard.at* nur von 2,65% und auf *tt.com* von 8,43% der beteiligten Userinnen und User verfasst.

[1] Das vollständige Codebuch ist über die Autorin erhältlich.

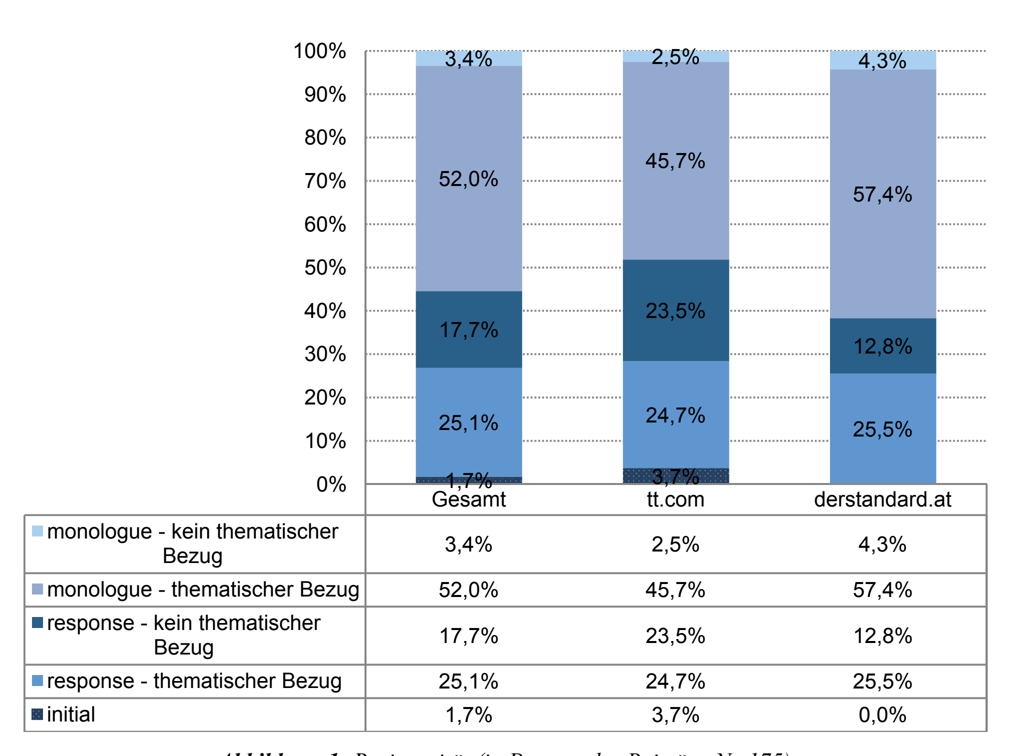
[2] Um die Verlässlichkeit der durchgeführten Messung zu gewährleisten, wurde die Intracoderreliabilität im Rahmen von zwei Re-Tests erhoben. Dabei wurden Reliabilitätswerte nach Holsti von über 0,96 erreicht.

www.derstandard.at		www.tt.com	
Anzahl Postings	Anzahl User	Anzahl Postings	Anzahl User
1	671	1	50
2	255	2	8
3	126	3	10
4	75	4	1
5	36	5	3
6	16	8	3
7	9	9	1
8	12	10	1
9	11	11	2
10	11	13	2
11	4	16	1
12	6	22	1
13	1		
14	6		
17	2		
23	1		
27	1		
28	1		

Tabelle 1: *Diskursive Inklusion (in Anzahl der Postings N=3072)*

Die untersuchten Online-Diskussionen sind von einem Ungleichgewicht hinsichtlich diskursiver Inklusion geprägt, da die Diskussionen von einem kleinen Teil sehr aktiver Diskutierender dominiert werden, wohingegen der Großteil der Userinnen und User sich nur einmalig an den Diskussionen beteiligt oder diese nur als *Lurker* verfolgt. Dieses Ergebnis stimmt mit anderen empirischen Ergebnissen überein (vgl. Ruiz et al. 2011, S. 475). Die Kriterien Offenheit und Inklusion werden in Bezug auf Online-Diskussionen zwar von Seiten der technologischen Infrastruktur erfüllt, dieses Potenzial wird von den Userinnen und Usern allerdings nicht ausgeschöpft.

Wird das Kriterium der Reziprozität betrachtet (Abbildung 1), dann muss festgestellt werden, dass mehr als die Hälfte der Kommentare reine Meinungsäußerungen darstellen, in denen nicht Bezug auf bereits veröffentlichte Kommentare genommen wurde. Nur ein Viertel der Kommentare erfüllt das Kriterium der Reziprozität. Auffallend ist der relativ hohe Anteil an Kommentaren (17,7%), die zwar auf bereits publizierte Diskussionspunkte eingehen, allerdings in der Argumentation das Thema der Diskussion aus den Augen verlieren. Der Vergleich der beiden Nachrichtenportale zeigt, dass der Anteil an Repliken, die sich nicht mehr auf das Thema der Diskussion beziehen, auf *tt.com* um mehr als 10% höher liegt als beim Portal *derstandard.at*.



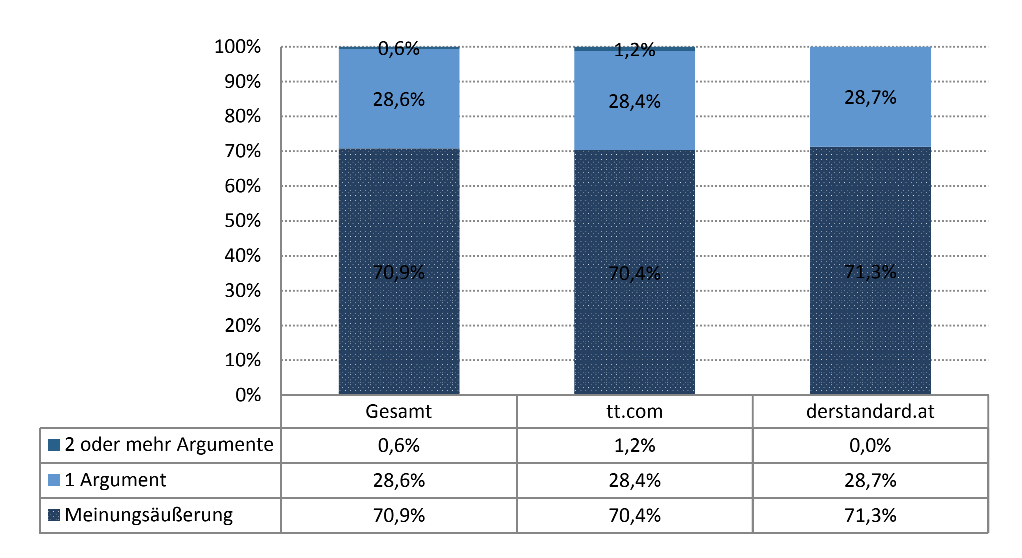
	Gesamt	tt.com	derstandard.at
monologue - kein thematischer Bezug	3,4%	2,5%	4,3%
monologue - thematischer Bezug	52,0%	45,7%	57,4%
response - kein thematischer Bezug	17,7%	23,5%	12,8%
response - thematischer Bezug	25,1%	24,7%	25,5%
initial	1,7%	3,7%	0,0%

***Abbildung 1**: Reziprozität (in Prozent der Beiträge N=175)*

Nur ein Viertel der Kommentare weist reziprokes Diskussionsverhalten auf und erfüllt somit das Kriterium der Deliberation, wohingegen der Großteil der Kommentare als *dialogue of the deaf* bezeichnet werden muss.

Betrachtet man neben der Bezugnahme auf bereits veröffentlichte Argumente auch den Argumentationsgrad der Postings (Abbildung 2), so kann konstatiert werden, dass nur knapp 30% der Kommentare die deliberative Forderung nach einem begründeten Austausch von Standpunkten erfüllen. Der Großteil der Kommentare muss als reine Meinungsäußerung klassifiziert werden, da kein Argument vorgebracht wird. Die beiden Nachrichtenportale weisen bei dieser Verteilung sehr ähnliche Ausprägungen auf.

Die Kommentarfunktion auf Nachrichtenportalen wird von Userinnen und Usern primär als Medium zur Artikulation von Meinungen genutzt und dient nur zu einem geringen Anteil dem argumentativen Austausch.



	Gesamt	tt.com	derstandard.at
2 oder mehr Argumente	0,6%	1,2%	0,0%
1 Argument	28,6%	28,4%	28,7%
Meinungsäußerung	70,9%	70,4%	71,3%

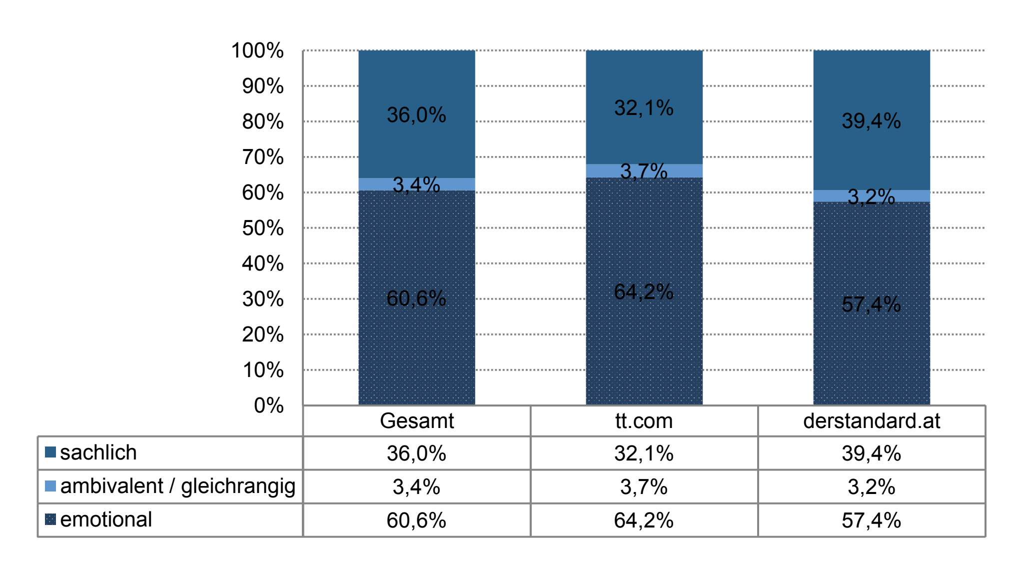
Abbildung 2: *Justification (in Prozent der Beiträge N=175)*

Online-Diskussionen weisen ein deliberatives Potenzial auf, das von den Userinnen und Usern nicht zur Gänze ausgeschöpft wird. Primär wird dieses Potenzial dadurch eingeschränkt, dass sich nur ein kleiner Anteil der Userinnen und User wiederholt an den Diskussionen beteiligt. Auch die Forderung nach Verständigung und begründeter Konsensfindung (vgl. Habermas 1981a, 1981b) sowie Klärung strittiger Geltungsansprüche (vgl. Habermas 1984) werden nur in Postings erfüllt, die eine begründete Stellungnahme darstellen. Dies ist zurzeit nur in einem Anteil der Postings der Fall, wie auch Strandberg (2008, S. 84) konkludiert:

> “[T]he discussions showed little signs of being truly deliberative. The degree of reciprocity and level of mutual respect were both quite low. Moreover, there was an abundance of opinions, announcements and statements leaving little opportunity for discussions to take place. The messages were not backed up by rational argumentation (...)”.

Interaktion der Userinnen und User

Neben der Frage nach dem deliberativen Potenzial von Online-Diskussionen ist auch die Frage nach dem Interaktionsstil der Userinnen und User essentiell. In einer ersten Dimension wurde verschlüsselt, ob die Postings einen sachlichen oder emotionalen Diskussionsstil aufweisen. In einem emotionalen Kommentar wird stark dramatisiert, sensationalisiert und es werden Sachverhalte überhöht dargestellt, wohingegen ein sachlicher Kommentar den sachpolitischen Inhalt der Diskussion fokussiert. Über 60% der untersuchten Postings müssen als emotionalisierte Postings klassifiziert werden (siehe Abbildung 3). Die sachpolitische Dimension stellen nur 36% der Userinnen und User in den Mittelpunkt. Dabei kann eine Differenz zwischen den beiden Nachrichtenportalen festgestellt werden. Die Kommentare auf dem Portal



	Gesamt	tt.com	derstandard.at
sachlich	36,0%	32,1%	39,4%
ambivalent / gleichrangig	3,4%	3,7%	3,2%
emotional	60,6%	64,2%	57,4%

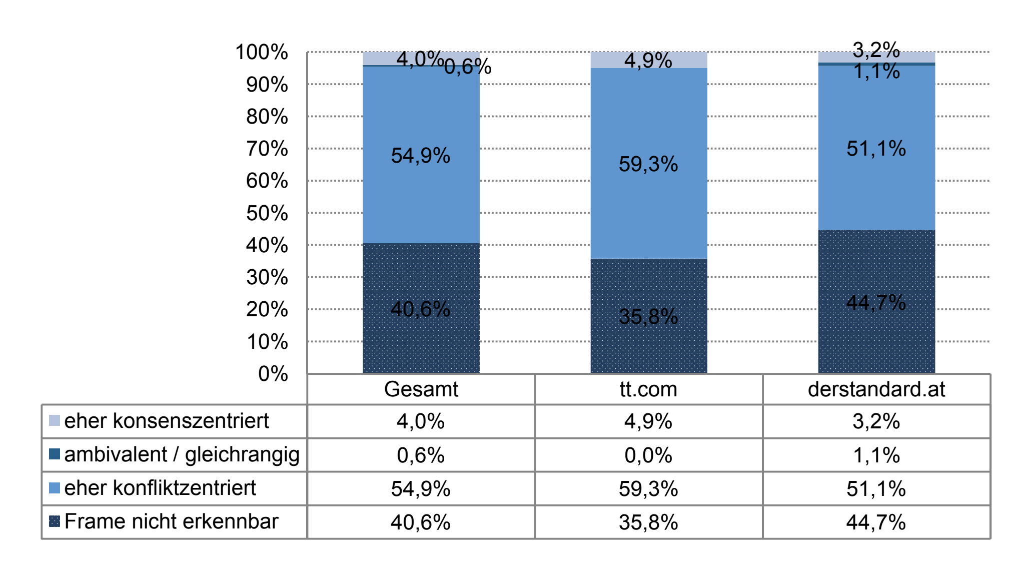
***Abbildung 3**: Emotionalität – Sachlichkeit (in Prozent der Beiträge N=175)*

derstandard.at weisen einen höheren Anteil an sachlichen Postings auf. Dieser Umstand kann eventuell durch unterschiedliche Moderationsstrategien erklärt werden.

Die Userinnen und User äußern sich in Online-Diskussionen auf Nachrichtenportalen sehr emotional. Dieser hohe Anteil an emotionalisierten Postings muss unter Umständen auf den Untersuchungsgegenstand zurückgeführt werden. Ein eventueller Erklärungsansatz könnte die starke Nähe der Thematik ‚Jagdeinladungen an Günther Platter' zur unmittelbaren Lebenswelt der Userinnen und User sein.

Eine zweite Dimension differenziert zwischen konflikt- und konsenszentrierten Postings. Eine Konfliktzentrierung liegt vor, wenn der Streit, die Uneinigkeit, die Kritik etc. zwischen politischen Akteurinnen und Akteuren und/oder zwischen Userinnen und Usern herausgestrichen wird, wohingegen eine Konsenszentrierung den Kompromiss, die Übereinstimmung oder die Kooperation(sanstrengung) betont. Mehr als die Hälfte der Postings stellt den Konflikt in den Mittelpunkt (siehe Abbildung 4), wohingegen gerade einmal 4% der Postings den Konsens fokussieren. Über 40% der Postings weisen weder eine Konflikt- noch eine Konsenszentrierung auf. Auch bezüglich dieser Dimension lassen sich Unterschiede zwischen den Portalen feststellen. Der Anteil an konfliktzentrierten Postings ist auf dem Portal *tt.com* stärker ausgeprägt, als dies auf *derstandard.at* der Fall ist.

Dieses Ergebnis könnte auf die Motivation der Userinnen und User sich zu einem Thema zu äußern, zurückgeführt werden. Wie bereits erörtert, konnte gezeigt werden, dass ein wichtiger Initialreiz in der Erfahrung von Dissonanz liegt (vgl. Springer 2011). In einem weiteren Schritt wurde die Konflikt-Ebene weiter ausdifferenziert. Dabei konnte festgestellt werden, dass sich die in Kommentaren geäußerte Kritik in mehr als zwei Drittel der Fälle auf die inhaltliche



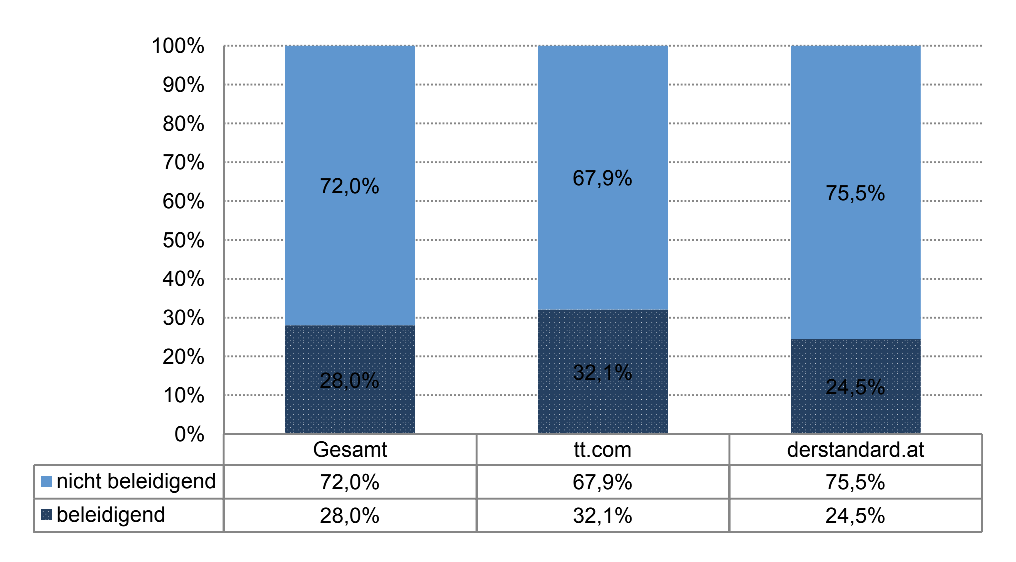
	Gesamt	tt.com	derstandard.at
eher konsenszentriert	4,0%	4,9%	3,2%
ambivalent / gleichrangig	0,6%	0,0%	1,1%
eher konfliktzentriert	54,9%	59,3%	51,1%
Frame nicht erkennbar	40,6%	35,8%	44,7%

Abbildung 4*: Konflikt- und Konsenszentrierung (in Prozent der Beiträge N=175)*

Ebene bezieht. Primär wird in Kommentaren Kritik an politischen Zusammenhängen oder an politischen Akteurinnen und Akteuren geübt. In nahezu 30% der Fälle lässt sich die Kritik auf der Diskussionsebene verorten, das heißt, sie bezieht sich auf andere Userinnen und User. Nur vereinzelt wird Kritik an der Redaktion bzw. an den Journalistinnen und Journalisten formuliert. Auch dies kann als Indiz gedeutet werden, dass Userinnen und User die Kommentarfunktion vorwiegend als Instrument zur Meinungsäußerung nutzen, während die Interaktion mit anderen Userinnen und Usern bzw. mit Journalistinnen und Journalisten eine eher untergeordnete Rolle spielt.

Die virtuelle Diskussionskultur wurde bisweilen stark kritisiert. Henryk M. Broder argumentierte 2007, dass „[d]as WWW auch maßgeblich für die Infantilisierung und Idiotisierung der Öffentlichkeit verantwortlich“ sei, da sich Meinungsfreiheit in Kakophonie auflöse, wenn jede und jeder zu jeder Zeit ihre bzw. seine Meinung äußern könne. Betrachtet man den Anteil an Kommentaren, in denen Personen beleidigt oder beschimpft werden, abfällige Bemerkungen oder Unterstellungen geäußert werden, dann ist dieser nicht unerheblich: 28% der untersuchten Postings weisen solch einen beleidigenden Inhalt auf (vgl. Abbildung 5). Hierbei zeigen sich Differenzen zwischen den beiden Nachrichtenportalen: Während auf *derstandard.at* nahezu jedes vierte Posting Beleidigungen beinhaltet, tut dies auf *tt.com* nahezu jedes dritte. Dieser Umstand kann eventuell auf unterschiedliche Moderationsstrategien zurückgeführt werden. Dieser hohe Anteil an beleidigenden Kommentaren deutet auf eine Untergrabung der Diskussion durch herabwürdigenden Inhalt hin.

Bei näherer Analyse der Adressatinnen und Adressaten der beleidigenden Bemerkungen zeigt sich, dass primär, in nahezu 70% der Kommentare, politische Akteurinnen und Akteure adres-



	Gesamt	tt.com	derstandard.at
nicht beleidigend	72,0%	67,9%	75,5%
beleidigend	28,0%	32,1%	24,5%

Abbildung 5*: Beleidigende Kommentare (in Prozent der Beiträge N=175)*

siert werden. Andere Userinnen und User werden auf *tt.com* in über 30% der Kommentare und auf *derstandard.at* in 13% der Kommentare verbal angegriffen. Die Redaktion bzw. die Journalistinnen und Journalisten oder ganze Personengruppen werden nur in den wenigsten Kommentaren beleidigt. Auch die Ergebnisse dieser Untersuchungsdimension deuten darauf hin, dass Userinnen und User die Kommentarfunktion verstärkt als Medium der Artikulation verstehen, das auch für Politikerinnen und Politiker potenziell einsehbar ist, und dass der Diskurs zwischen den Userinnen und Usern eine untergeordnete Rolle spielt.

Verknüpft man die Art des UserInnennamens mit der Äußerung beleidigender Inhalte, dann zeigt sich, dass unter Verwendung von UserInnennamen, die Pseudonyme oder anonyme Zusammensetzungen ohne Assoziationen darstellen, nicht häufiger beleidigende Äußerungen getätigt werden als unter Angabe eines Vor- und Zunamens (siehe Tabelle 2). Die im Zusammenhang mit der Kritik an der Online-Diskussionskultur vorgebrachte Forderung nach Klarnamen kann durch die vorliegenden Untersuchungsergebnisse nicht unterstützt werden.

Fazit

Online-Diskussionen können nicht als „*digital cafés* of a *Public Sphere 2.0*" (Ruiz u.a. 2011, S. 464, Hervorhebung im Original) bezeichnet werden. Ansätze einer deliberativen Diskussion, die normative Ansprüche nach Inklusion, Reziprozität und Argumentation erfüllt, sind zwar vorhanden, äußern sich aber primär im Potenzial neuer Informations- und Kommunikationstechnologien denn in der Diskussion zwischen den Userinnen und Usern. IKT ermöglichen den Userinnen und Usern, aus der Rollenzuschreibung des passiven Publikums auszubrechen und ihre Ansichten und Argumente in einen öffentlichen, medial vermittelten Diskurs einzubrin-

		beleidigend	adäquat	
User-Authentizität	Struktur Vor- und Zuname	21	54	75
		28%	72%	100%
	Username beinhaltet Assoziation	25	66	91
		27,5%	72,5%	100%
	keine Assoziation	3	6	9
		33,3%	66,7%	100%
Gesamt		49	126	175
		28%	72%	100%

Tabelle 2: *User-Authentizität und beleidigende Kommentare (in Anzahl und Prozent der Beiträge, N=175)*

gen. Das Diskussionsverhalten auf Nachrichtenportalen wird zurzeit allerdings von Meinungsäußerungen dominiert, ein begründeter Austausch findet nur selten statt. Gerade dieser Austausch wäre essenziell für einen öffentlichen Diskurs, der geprägt durch Rede und Gegenrede einen breiten Konsens zwischen den Diskussionsteilnehmerinnen und -teilnehmern herstellen will. Neben der Abwesenheit von Argumenten ist es vor allem die fehlende Reziprozität, die dazu veranlasst Online-Diskussionen auf Nachrichtenportalen als *dialogue of the deaf* zu bezeichnen. Nur ein geringer Anteil der Userinnen und User beteiligt sich wiederholt an der Diskussion und nur in jedem vierten Kommentar wird Bezug auf bereits vorgebrachte Aussagen genommen. Die Kommentare sind stark von Konflikt geprägt und beinhalten allzu oft beleidigende Inhalte. All dies sind Indizien, dass Online-Diskussionen nicht als deliberative Diskussionen bezeichnet werden können.

Obwohl bereits weit verbreitet, stellen Kommentare auf Nachrichtenportalen ein relativ neues Phänomen dar, dessen Verwendung und Verwaltung sowohl von den Rezipientinnen und Rezipienten wie auch von den Medienunternehmen erst erlernt werden muss. Erstere müssen Medienkompetenz aufbauen und lernen Empathie auch Menschen gegenüber aufzubringen, denen sie nicht face-to-face gegenüberstehen, während zweitere Moderationsstrategien und Interaktionsformen zwischen den Redaktionen und den Leserinnen und Lesern entwickeln müssen, die eine konstruktive Diskussionskultur fördern. Die Partizipation des vormals passiven Publikums als die Ursache des Verfalls der Öffentlichkeit zu deklarieren, greift zu kurz, wohingegen die Klassifizierung von Online-Diskussionen als Kaffeehäuser und Salons des 21. Jahrhunderts destruktives Diskussionsverhalten ausblendet. Die Hoffnung, dass Defizite politischer Öffentlichkeit durch die Etablierung neuer Informations- und Kommunikationstechnologien behoben werden könnten, wird zurzeit nicht erfüllt. Öffentlichkeit stellt kein technisches Problem dar, das sich durch technische Innovation lösen lässt, wie auch Roesler (1997, S. 190) konstatiert: „Der Grundirrtum des Mythos besteht darin zu glauben, daß Öffentlichkeit ein technisches Problem darstellt, das sich mit einem geeigneten technologischen Instrumentarium lösen läßt“.

Literatur

Beck, Klaus (2006): *Computervermittelte Kommunikation im Internet*. München, Wien: Oldenbourg Wissenschaftsverlag.

Beckendahl, Markus (2012): Einfach mal die Kommentare schließen? *netzpolitik.org*. Abgerufen unter: https://netzpolitik.org/2012/einfach-mal-die-kommentare-schliesen/ [Stand vom 06-09-2012].

Bernstein, Michael S. u. a.: (2011): *4chan and/b/: An Analysis of Anonymity and Ephemerality in a Large Online Community. Association for the Advancement of Artificial Intelligence*. Abgerufen unter: http://projects.csail.mit.edu/chanthropology/4chan.pdf [Stand vom 16-09-2012].

Broder, Henryk M. (2007): Das Internet macht doof. *Der Tagesspiegel*. Abgerufen unter: http://www.tagesspiegel.de/meinung/kommentare/das-internet-macht-doof/796288.html [Stand vom 05-09-2012].

Chung, Deborah S. (2008): Interactive Features of Online Newspapers: Identifying Patterns and Predicting Use of Engaged Readers. *Journal of Computer-Mediated Communication* 13 (3), S. 658–679.

Cohen, Joshua (1989): Deliberation and Democratic Legitimacy. In: Hamlin, Alan & Pettit, Philip (Hrsg.): *The Good Polity: Normative Analysis of the State*. New York: Blackwell Publishers, S. 17–34.

Gutmann, Amy & Thompson, Dennis (1998): *Democracy and Disagreement*. Cambridge, Mass. [u.a.]: Harvard University Press.

Habermas, Jürgen (2008): *Ach, Europa: Kleine politische Schriften XI*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Habermas, Jürgen (1990): *Strukturwandel der Öffentlichkeit: Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*. 12. Aufl. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Habermas, Jürgen (1984): *Vorstudien und Ergänzungen zur Theorie des kommunikativen Handelns*. 3. Aufl. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Habermas, Jürgen (1981a): *Theorie des kommunikativen Handelns. Band 1: Handlungsrationalität und gesellschaftliche Rationalisierung*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Habermas, Jürgen (1981b): *Theorie des kommunikativen Handelns. Band 2: Zur Kritik der funktionalistischen Vernunft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Hermida, Alfred & Thurman, Neil (2007): *Comments please: How the British news media are struggling with user-generated content.* Paper presented at the International Symposium on Online Journalism. Abgerufen unter: http://online.journalism.utexas.edu/2007/papers/Hermida.pdf [Stand vom 18-08-2012].

Hüller, Thorsten (2005): *Deliberative Demokratie: Normen, Probleme und Institutionalisierungsformen*. Münster: Lit Verlag.

Horn, Sebastian & Neufeind, Max (2012): *Interaktion und Nutzertypen in einer Online-Debatte.* Abgerufen unter: http://de.slideshare.net/herrhorn/interaktionen-und-nutzertypen-in-einer-onlinedebatte [Stand vom 10-09-2012].

Kies, Raphaël (2010): *Promises and Limits of Web-Deliberation*. New York: Palgrave.

Larsson, Anders Olof (2011): Interactive to me – interactive to you? A study of use and appreciation of interactivity on Swedish newspaper websites. *New Media & Society* 13 (7), S. 1180–1197.

Manosevitch, Edith & Walker, Dana (2009): *Reader Comments to Online Opinion Journalism: A Space of Public Deliberation.* Paper presented at the 10th International Symposium on Online Journalism, Austin TX. Abgerufen unter: http://online.journalism.utexas.edu/2009/papers/ManosevitchWalker09.pdf [Stand vom 16-09-2012].

Norris, Pippa (2001): *Digital divide: Civic engagement, information poverty, and the Internet worldwide*. Cambridge: Cambridge University Press.

o.V. (2011): *Anglizismus des Jahres*. Abgerufen unter: http://www.anglizismusdesjahres.de/anglizismen-des-jahres/adj-2011/ [Stand vom 15-04-2012].

Reich, Zvi (2011): User Comments. The transformation of participatory space. In: Singer, Jane B. et al. (Hrsg.): *Participatory Journalism: Guarding Open Gates at Online Newspapers*. Chichester [u.a.]: John Wiley & Sons, S. 96–117.

Roesler, Alexander (1997): Bequeme Einmischung. Internet und Öffentlichkeit. In: Münker, Stefan & Roesler, Alexander (Hrsg.): *Mythos Internet*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 171–192.

Ruiz, Carlos u. a. (2011): Public Sphere 2.0? The Democratic Qualities of Citizen Debates in Online Newspapers. *The International Journal of Press/Politics* 16 (4), S. 463–487.

Schmidt, David & Horn, Sebastian (2012): Die Debatten-Höhepunkte des Jahres. *Zeit Online*. Abgerufen unter: http://www.zeit.de/2012-12/community-jahresrueckblick-2012 [Stand vom 02-03-2013].

Schneider, Steven Michael (2007): *Expanding the Public Sphere through Computer-Mediated Communication: Political Discussion about Abortion in a Usenet Newsgroup*. Phd dissertation. MIT, Cambridge. Abgerufen unter: https://people.sunyit.edu/~steve/main.pdf [Stand vom 09-08-2012].

Shachaf, Pnina & Hara, Noriko (2010): Beyond vandalism: Wikipedia trolls. *Journal of Information Science* 36 (3), S. 357–370.

Springer, Nina (2011): Suche Meinung, biete Dialog? Warum Leser die Kommentarfunktion auf Nachrichtenportalen nutzen. In: Wolling, Jens; Will, Andreas & Schumann, Christina

(Hrsg.): *Medieninnovationen. Wie Medienentwicklungen die Kommunikation in der Gesellschaft verändern.* Konstanz: UVK, S. 247–264.

Strandberg, Kim (2008): Public Deliberation Goes On-line? An Analysis of Citizens' Political Discussions on the Internet Prior to the Finnish Parliamentary Elections in 2007. In: *JAVNOST-LJUBLJANA* 15 (1), S. 71–90.

Thurman, Neil (2008): Forums for citizen journalists? Adoption of user generated content initiatives by online news media. *New Media & Society* 10 (1), S. 139–157.

Wright, Scott & Street, John (2007): Democracy, deliberation and design: the case of online discussion forums. *New Media & Society* 9 (5), S. 849–869.

Israel-loves-Iran. Das Überschreiten von Medienräumen

Claudia Paganini

Zusammenfassung

Israel-loves-Iran beginnt in einem überschaubaren Raum, bei einem Vater, der seine kleine Tochter auf den Arm nimmt, sich mit ihr vor die Kamera stellt und das gemeinsame Foto auf Facebook postet. Innerhalb von kürzester Zeit erreicht dieser Vater, der Grafikdesigner Ronny Edry aus Tel Aviv, mit seinem Bild und seiner Friedensbotschaft eine globale Öffentlichkeit, die ihrerseits in Tausenden von Stimmen reagiert. Was sagt uns seine Initiative über das Überschreiten von Medienräumen? Was sagt uns *Israel-loves-Iran* über das Internet als Raum der Partizipation? Und was über Medienethik, darüber, was sie zu leisten hat und wo ihre Potenziale liegen?

Ein Foto und viele Reaktionen

Als der 41-jährige Grafikdesigner und Lehrer Ronny Edry aus Tel Aviv Anfang März 2012 ein privates Foto auf Facebook postete, ahnte er nicht, welche Auswirkungen sein Tun haben würde. Dabei schien das Bild auf den ersten Blick alltäglich zu sein, banal: Ein Vater, der auf dem Dach seines Wohnhauses steht und seine fünfjährige Tochter im Arm hält. Was dieses Bild aber besonders gemacht hat, war nicht der ernste Blick in den Augen des Kindes und auch nicht die kleine Israel-Fahne in der Hand des Mädchens. Es war die Botschaft, mit der Ronny sein Foto versehen hatte und mit der er zugleich den Startschuss für *Israel-loves-Iran* gab. Diese Botschaft lautete: „Iranians, we will never bomb your country. We love you." Begleitet wurden Bild und Botschaft noch von einem Brief, mit dem Ronny, wie er später immer wieder in Interviews sagen wird, die Kommunikation zwischen Israelis und Iranern in Gang setzen wollte. Er schrieb:

> "To the Iranian people, to all the fathers, mothers, children, brothers and sisters. For there to be a war between us, first we must be afraid of each other, we must hate. I'm not afraid of you, I don't hate you. I don t even know you. No Iranian ever did me no harm. I never even met an Iranian… Just one in Paris in a museum. Nice dude. I see sometime here, on the TV, an Iranian. He is talking about war. I'm sure he does not represent all the people of Iran. If you see someone on your TV talking about bombing you, be sure he does not represent all of us. I'm not an official representative of my country. I'm a father and a teacher. I know the streets of my town, I talk with my neighbors, my family, my students, my friends and in the name of all these people, we love you. We mean you no harm. On the contrary, we want to meet, have some coffee and talk about sports. To all those who feel the same, share this message and help it reach the Iranian people."
> (Edry 2012, http://www.israelovesiran.com/israelovesiran/)

Ronny Edry postete seine Message zunächst auf der Pinnwand der Grafikschule Pushpin Mehina, die er gemeinsam mit seiner Frau Michal betreibt. Innerhalb von Stunden erhielt er Reaktionen von zahlreichen Israelis, die ihre eigenen Bilder mit derselben Botschaft auf Facebook veröffentlichten. Innerhalb von einer Woche stieg die Zahl der Likes auf über 7.000 an, ähnlich die der Freundschaftsanfragen. Da der Account der Grafikschule aber auf 5.000 Freunde begrenzt war, wurde die Fanseite *Israel-loves-Iran* eingerichtet. Während in den ersten Tagen besonders von Seiten der israelischen Userinnen und User noch einige kritische Kommentare zu lesen waren, die Ronnys Aktion als zu naiv, als Zeichen der Schwäche oder als Verrat am Vaterland deuteten, verstummten diese Stimmen mehr und mehr, je überwältigender das positive Echo der Befürworterinnen und Befürworter ausfiel. Die inländischen Medien reagierten zurückhaltend und mit Skepsis, die ausländischen dagegen rissen sich darum, mit dem mutigen Designer ein Telefoninterview führen zu dürfen.

Wie aber würden die iranischen Facebook-Userinnen und -User Ronnys Botschaft aufnehmen? Würden sie überhaupt reagieren? Tatsächlich: Die Nachricht wurde im Iran wahrgenommen. Innerhalb von 24 Stunden meldeten sich die ersten Iranerinnen und Iraner. Ihre Antwort fiel positiv aus: „We love you too." Wenngleich diese ersten Botschaften – sowohl der einen als auch der anderen Seite – prima facie zu simpel erscheinen mögen, waren sie doch Ausgangspunkt für einen Austausch, der viel mehr enthalten sollte als plakative Statements. Israelis und Iraner begannen einander ihre Geschichten, die meist Leidensgeschichten sind, zu erzählen, sie stellten Fragen, artikulierten Vorwürfe. Feinde, so meinte Ronny später, hatten erstmals die Gelegenheit, miteinander zu sprechen.

Einen Wermutstropfen hatte das Gespräch aber von Anfang an: Da der Iran nämlich Internetfilter einsetzt, um Facebook, Twitter und YouTube zu blockieren, ist die Partizipation für Userinnen und User aus dem Iran deutlich schwieriger. Zwar umgehen besonders systemkritische, junge Nutzerinnen und Nutzer die Blockade mit Anti-Filter-Software oder über Proxy-Server im Ausland und verwenden Pseudonyme (die Facebook allerdings verbietet), um sich vor Repressionen durch das Regime zu schützen. Jedoch handelt es sich dabei eher um eine Minderheit, weshalb man von einem deutlich kleineren Wirkkreis der Facebook-Aktion im Iran ausgehen muss. Gut in dieses Bild passt auch der Umstand, dass das Partnerprofil *Palestine-loves-Israel* von einer 30-jährigen Deutschpalästinenserin, die gegenwärtig in Deutschland lebt und sich den Decknamen *Joujou* gegeben hat, gegründet wurde.

Ronny Edry jedenfalls hat in der Zwischenzeit eine ganze Reihe an Folgeprojekten ins Leben gerufen, darunter die Homepage *www.israellovesiran.com*, die primär über die Anliegen und über die laufenden Aktivitäten der sogenannten *Peace Factory* berichtet. Weitere Folgeprojekte sind etwa die *Shana-Tova-Aktion*, bei der zum Anlass des jüdischen Neujahrsfestes zum Versenden von elektronischen Postkarten eingeladen wurde, der *Send-a-Heart-App* für das Handy oder die *Iranians-in-Tel-Aviv*-Busaktion. Im Zuge dieser Busaktion wurden 70 Busse mit Friedens-Plakaten versehen und waren drei Wochen lang in den Straßen von Tel Aviv unterwegs. Message und Gestaltung der Plakate, auf denen die Gesichter von zwölf unterschiedlichen Menschen – Israelis und Iranern – zu sehen waren, standen den ursprünglichen Facebook-Postern sehr nahe, das entscheidend Neue lag aber darin, dass die Botschaft nun die

virtuelle Welt verließ und – großflächig auf den Stadtbussen der Hauptstadt plakatiert – auch nicht übersehen werden konnten.

Bemerkenswert ist last but not least das Blog-Archiv der *Peace Factory* (http://www.israelovesiran.com/blog/). Dort nämlich sind sämtliche Einträge, die seit März 2012 veröffentlicht wurden, gespeichert. Diese Kommentare sind zum einen in erster Linie deshalb interessant, weil Menschen hier ihre Kriegserfahrungen und Friedenswünsche erzählen, zum anderen aber, weil der Beobachter auf diese Weise einen Eindruck von der Zu- und Abnahme des öffentlichen Interesses gewinnt. Während nämlich in den ersten Tagen der Aktion knapp 200 Einträge zu verzeichnen waren, zählte man im Oktober 2012 nur noch drei Blogposts.

Doch zurück zu Ronny Edry und seinem Anliegen, das er in Interviews – von denen einige auf der Homepage der *Peace Factory* oder auf YouTube abrufbar sind – immer wieder geäußert hat: Ronny möchte die menschliche Seite eines Konflikts darstellen, er möchte Menschen abbilden, die aufstehen und ihr Gesicht zeigen. Denn wenn man ein Gesicht sieht, kann man anfangen zu kommunizieren, kann man versuchen, miteinander zu reden und dann – meint Ronny – ist eine Veränderung von unten möglich, eine Veränderung, die viele Individuen bewirkt haben, indem sie ihre Haltungen geändert haben. Warum Ronny als Mittel dazu die Werbung wählt, hat mehrere Gründe: Der erste, pragmatische Grund besteht darin, dass Ronny Graphikdesigner ist und meint, ein jeder solle zum Gedeihen einer Gesellschaft das beitragen, was er gut kann. Der zweite, tiefer greifende Grund liegt in Ronnys Überzeugung, dass Krieg aus (Feind-)Bildern entsteht, aus negativen Bildern, Schreckensbildern, die wir von unserem ‚Feind' haben und die unsere Gedanken dominieren. Anstelle dieser Angst machenden Bilder will er positive Bilder setzen von Menschen, die nicht feindselig sind, sondern offen und neugierig, einander kennenzulernen. Als dritten Grund gibt Ronny an, dass man für alles, was man

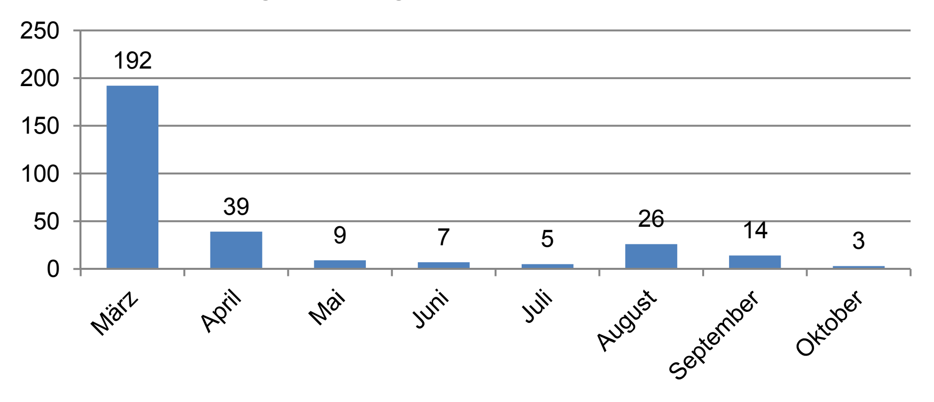


Abbildung 1: *Blogarchiv aus dem Jahr 2012*

anzubieten hat und wovon man überzeugt ist, Werbung machen müsse, also auch für den Frieden. Um diesen Weg mit ihm mitzugehen, braucht man aber kein Friedensaktivist zu sein, stellt Ronny fest, bloß ein einfacher Bürger, der auf das reagiert, was er erlebt, und der die Pflicht aller Menschen, die in einer Demokratie leben, ernst nimmt. Diese Pflicht der Bürgerinnen und Bürger aber bestehe darin, nicht immer die Führer an ihrer Stelle reden zu lassen.

Selbstverständlich ist es für eine systematische Auswertung der Initiative gegenwärtig noch zu früh. Dennoch mag Ronny Edrys *Peace Factory* jetzt schon Anlass sein, sich die eine oder andere medienethisch interessante Frage zu stellen:

Was sagt uns *Israel-loves-Iran* über Raum – Raumüberschreitung – Medienräume?

Mit der Facebook-Aktion *Israel-loves-Iran* findet eine mehrfache Raumüberschreitung statt. Denn *Israel-loves-Iran* beginnt in einem sehr überschaubaren Raum, es beginnt bei einem Vater, der seine kleine Tochter auf den Arm nimmt und sich mit ihr vor die Kamera stellt. Dieser Vater möchte Menschen in einem größeren Raum erreichen, Menschen aus Israel und aus dem Iran. Und es gelingt ihm, in kürzester Zeit die Grenzen selbst dieses Raumes zu sprengen und Menschen aus der ganzen Welt anzusprechen. Ist *Israel-loves-Iran* daher ein Musterbeispiel dafür, wie eine Weltzivilgesellschaft funktionieren könnte? Verändert das (Mit-)Teilen von Informationen, verändert die Online-Partizipation den Menschen, macht sie ihn solidarischer? Oder bleibt die Partizipation auf der oberflächlichen Ebene der Neugierde, des aus Langeweile betätigten Like-Buttons? Um diese und ähnliche Fragen auch nur annähernd beantworten zu können, scheint es notwendig, zunächst die Raumüberschreitungen und die mit ihnen verbundenen Probleme genauer zu betrachten.

Wenn Ronny Edry mit Hilfe des Internet in einem Augenblick den intimen Vertrauensraum zwischen Vater und Tochter verlassen und den unverbindlichen Raum einer Weltöffentlichkeit betreten hat, erreicht er mit seiner Botschaft auf einmal Menschen, die mit der spezifischen Problemstellung nicht vertraut sind, weil sie entweder gar keine Kriegserfahrung haben oder ihre Erfahrung aus einem anderen Kontext stammt. Dies kann Vor- und Nachteile haben. Aus einer gewissen Distanz heraus betrachtet fällt es jenen Menschen, die in ihrem eigenen Leben nicht unter dem Nahostkonflikt zu leiden hatten, leichter, den Friedensruf des Grafikdesigners positiv aufzunehmen – und tatsächlich lässt sich beobachten, dass die *Peace Factory* gerade aus dem europäischen und nordamerikanischen Raum eine sehr große Zahl an Zustimmungsbekundungen erhält. Menschen, die sich aus einer gewissen Distanz heraus mit einem Problem befassen, gelingt es unter Umständen aber nicht nur besser, sich für eine Idee zu begeistern, sie bringen auch neue Perspektiven mit und tragen damit ein nicht zu unterschätzendes Potenzial in sich, will man kreative Lösungsstrategien entwickeln. Im gleichen Maß, wie der Austausch mit ihnen bereichernd sein mag, kann er aber auch als frustrierend erlebt werden. Denn das Nicht-Vertraut-Sein führt möglicherweise zu unqualifizierten, wenig hilfreichen Kommentaren, die Unbefangenheit des fremden Beobachters zu einer Unverbindlichkeit und Beliebigkeit.

Wie viel ist also die Zustimmung der Weltgesellschaft wert? Kann sie Vorbild sein für die unmittelbar involvierten Personen? Oder taugt sie gar als Druckmittel, das die Friedensaktivisten als Instrument gegen die eigene Regierung einsetzen könnten? In beiden Fällen scheint mir der Wert des einzelnen Likes daran ‚messbar' zu sein, in welchem Maß der Einzelne hinter seiner Sympathiebekundung steht. Wer beim Surfen durch Zufall auf das Vater-Kind-Foto gestoßen ist und – ohne viel nachzudenken – der hübschen Kleinen ein Like geschenkt hat, wird kaum bereit sein, sich aktiv – und zwar on- und offline – für das Anliegen der *Peace Factory* zu engagieren. Anders, wenn sich jemand bewusst mit den Beweggründen der Gruppe auseinandergesetzt hat und selbst davon überzeugt ist, dass alle Menschen die Möglichkeit haben sollten, ein Leben ohne äußere Bedrohungen zu führen, ein Leben, das nicht zuletzt die Chance bietet, Beziehungen zu Nachbarn einzugehen und sich von diesen Beziehungen bereichern zu lassen. Wer vor diesem Hintergrund liked, wird wohl eher den Wunsch mitbringen, sich über dieses eine Like hinaus für eine Verbesserung des Status quo einzusetzen. Ein solches Like hat daher einen anderen, größeren Wert, als wäre es bloß en passant gegeben worden.

Diese Beobachtungen führen weiter zur Frage, wie eine Raumüberschreitung zu erfolgen hat, damit sie echte Beteiligung und echtes Engagement hervorbringt. Auch wenn eine ausführliche Darstellung den Rahmen dieses Beitrags sprengen würde, sei eine mögliche Antwort im Folgenden zumindest skizziert. Wenn wir – statt mit einigen wenigen Personen – plötzlich mit Millionen und Milliarden von Menschen kommunizieren, wird unsere Botschaft nicht bloß von einer größeren Zahl an Menschen wahrgenommen, es verändert sich auch die Kommunikation selbst. Wo Menschen kommunizieren, können sie einander verstehen und sie können einander missverstehen. Dieses Verstehen betrifft die Ebene eines bloßen Wort- und Satzerkennens ebenso wie die Ebene des Begreifens und bewussten Mittragens der Überzeugungen, die unseren Worten zugrunde liegen. Und je nach Nähe oder Distanz zwischen den Sprechern stellen sich, soll der Kommunikationsakt gelingen, unterschiedliche Herausforderungen. Während es Eltern etwa üblicherweise leicht fällt zu verstehen, was ihre Kinder sagen wollen, ja dieses Verständnis selbst dann zustande kommen kann, wenn das Kind falsche Begriffe gebraucht und falsche Sätze bildet, ist eine angemessene sprachliche Formulierung im *World Wide Web* sicher keine Garantie dafür, dass der Empfänger in Asien, Afrika oder Südamerika begreift, welches Anliegen der Sender mit seiner sprachlichen Äußerung transportieren will.

Eine sprachliche Äußerung, die Medienräume überschreiten und weltweit wahrgenommen werden soll, müsste daher mit besonderer Achtsamkeit gestaltet werden und ein Mehr an Informationen enthalten, als dies im unmittelbaren Umfeld, in der Kommunikation mit Menschen, welche die eigene Praxis teilen, erforderlich ist. Dass es für diese besondere Achtsamkeit gegenwärtig, da das *World Wide Web* noch eine vergleichsweise junge kulturelle Errungenschaft darstellt, keine harten und allgemein akzeptierten Kriterien gibt, braucht weder zu verwundern noch Besorgnis zu erregen. Solange die Kommunikationswissenschaft damit beschäftigt ist, derartige Kriterien auszuarbeiten (Beck 2010, S. 130–155), ist es für den Medienethiker wichtig, sich bewusst zu sein, dass Kommunikation je nachdem, in welchem Medienraum sie erfolgt, unterschiedlichen Anforderungen genügen muss, soll sie Verständnis und authentische Beteiligung hervorrufen. Zwar werden weder Verständnis noch bewusste Beteili-

gung ausreichen, will man eine funktionierende Weltzivilgesellschaft verwirklichen, um notwendige Bedingungen handelt es sich aber jedenfalls.

Israel-loves-Iran überschreitet also einen privaten Raum und trägt seine Botschaft in den globalen Medienraum hinein. *Israel-loves-Iran* überwindet zugleich aber auch die Grenze zwischen Online- und Offline-Raum. Wenige Tage nämlich, nachdem das erste Foto auf Facebook gepostet wurde, konnten Michal und Ronny Edry bereits über ein Spendenbudget von mehreren tausend Euro verfügen, mit Hilfe dessen die Online-Botschaft bald auf Plakatwänden und Bussen zu sehen war. Auch zielte eine der bisher größten Kampagnen der *Peace Factory* explizit darauf ab, das Wahlverhalten der Israelis zu beeinflussen. Wer die Friedensbotschaft vernahm, sollte diese nicht nur online liken, sondern bei den Knesset-Wahlen im Jänner 2013 darauf bedacht sein, welche Politiker dem Frieden eine Chance geben, und dementsprechend entscheiden. Was folgt daraus für die Medienethik? Inwiefern sind wir für unser Online-Handeln verantwortlich?

Zwar wurde über die Frage, welche moralischen Implikationen der Umgang mit den sogenannten Neuen Medien mit sich bringt, seit den ersten Tagen des *World Wide Web* nachgedacht. Allerdings geht es dabei – trotz einiger sehr ernsthafter und anspruchsvoller Beiträge (Debatin 2010, S. 318–327) – meist darum, wie das Suchtpotenzial der Online-Games einzuschätzen sei, oder darum, ab welchem Alter und wie lange man Kindern den Zugang zum Internet erlauben solle (Grimm/Capurro 2010). Was interessiert hat, war die Frage, ob das Spielen von gewaltverherrlichenden Online-Games (wie etwa *World of Warcraft*) unsere Jugendlichen zu Amokläufern machen würde, oder wie man verhindern kann, dass online gemobbte Schüler in Depressionen fallen oder gar Selbstmord begehen. Die Diskussion solcher Extreme reicht aber meines Erachtens nicht weit genug. Vielmehr sollte gerade das unauffällige und alltägliche Überschreiten von Online-Offline-Räumen Anlass dafür sein, grundsätzlich zu überlegen, inwiefern unser Online-Handeln moralisch relevant ist.

Ist nur das, was ich face-to-face tue, dafür ausschlaggebend, ob ich ein ‚guter' oder ‚schlechter' Mensch bin? Ich denke nicht. Vielmehr ist es so, dass sich Menschen ein Leben lang entwickeln. Sie werden von äußeren Umständen, von anderen Menschen geformt und sie formen sich selbst, indem sie sich eine bestimmte Praxis aneignen. Indem sie in vielen Fällen versuchen, eine gute Wahl zu treffen, die Interessen anderer zu berücksichtigen und Werte zu realisieren, oder indem sie sich in vielen Fällen opportunistisch zugunsten des größten eigenen Nutzens entscheiden, eignen sie sich eine Praxis, einen Habitus an, aus der bzw. aus dem heraus es ihnen in der Folge leicht und selbstverständlich erscheinen wird, moralisch verantwortliche oder aber eigennütze Entscheidungen zu treffen. In einer konkreten Handlungssituation mit verschiedenen Optionen konfrontiert, beginnen die wenigsten Menschen darüber nachzudenken, ob es besser wäre, utilitaristische oder deontologische Richtlinien anzuwenden. Sie verhalten sich, wie sie aus ihrer Praxis heraus geneigt sind, sich zu verhalten. Tatsächlich loben wir auch nicht denjenigen, der sich aus Pflichtgefühlen heraus zwingt, eine Regel einzuhalten, als moralisch kompetent, sondern denjenigen, dem sein Habitus dazu verhilft, dass er sich gerne und mit Leichtigkeit für das Gute – wie immer man dieses definieren mag – entschließt.

Diese Praxis, dieser Habitus, wird aber durch Online-Handeln ebenso beeinflusst und geformt wie durch Offline-Handeln. Auch wenn ich keinen realen Schaden anrichten sollte, wenn ich mich in einem Online-Game rücksichtslos verhalte und nur auf meinen eigenen Vorteil achte, auch wenn mein grober und beleidigender Chat-Kommentar möglicherweise in kürzester Zeit von einem Administrator gelöscht werden wird, solches Agieren ist für mich, für meine Entwicklung, dafür, was für einen Menschen ich aus mir selbst mache, nicht irrelevant. Ähnlich – wenngleich vielleicht nicht in demselben Maß – wie mein Offline-Handeln meinen Charakter prägt und meine moralische Kompetenz beeinflusst, tut es auch mein Online-Handeln und es ist von daher auch nicht gleichgültig, wie ich mich online verhalte, was für ein Mensch ich online bin.

Doch nicht nur, wer ich bin und zu wem ich mich selbst mache, scheint eine spannende moralphilosophisch relevante Überlegung zu sein, wenn man über das Überschreiten von Online-Offline-Räumen nachdenkt. Fragebedarf besteht ebenso im Hinblick auf das, was ich außerhalb meiner selbst bewirke. Mein Online-Handeln hat nämlich nicht nur für mich selbst, sondern auch für andere konkrete, offline spürbare Folgen. Das Beispiel Cybermobbing wurde zuvor schon gebracht. Derartige Fälle können von der Moralphilosophie unter Berufung auf negative Pflichten verhältnismäßig unspektakulär behandelt und gelöst werden. Wir sollen uns – so könnte man als Medienethiker antworten – online nicht so verhalten, dass anderen Userinnen und Usern psychische Schmerzen bzw. psychische oder physische Schäden entstehen. Deutlich schwieriger verhält es sich aber mit positiven Pflichten. Kann man mir, so müssen wir in diesem Zusammenhang fragen, einen Vorwurf machen, wenn ich es unterlasse, mich im Internet zu engagieren, mich solidarisch zu verhalten, obwohl ich die Möglichkeit dazu hätte?

Anders als negative Pflichten, die immer und überall gelten, binden positive Pflichten – wie die Moralphilosophie lehrt – nur dann, wenn etwas zu Recht gefordert werden kann. So kann ich von einem Nicht-Schwimmer nicht zu Recht fordern, er solle einen im See ertrinkenden Badegast retten, ebenso wenig von dem ehrenamtlich tätigen Rettungsschwimmer, der sich zum Unfallzeitpunkt an einem anderen Ort aufhält. Vom Bademeister, der gut schwimmen kann und auch tatsächlich anwesend ist, kann man aber sehr wohl fordern, er müsse das Leben des Badegastes retten. Wie verhält es sich nun mit Online-Unterlassungen? Wann kann man von Menschen zu Recht fordern, dass sie sich online für eine Sache einsetzen, dass sie falsche Informationen korrigieren, sich mit Schwachen solidarisieren, Initiativen wie *Israel-loves-Iran* unterstützen? Auch diese Frage ist zu komplex, als dass sie im Rahmen dieses Beitrags befriedigend geklärt werden könnte. Jedoch sollte zumindest deutlich geworden sein, dass eine Medienethik, die sich darauf beschränken wollte, Verbote aufzustellen, den Anforderungen nicht gewachsen sein kann, die sich aus der Online-Erweiterung unserer Offline-Lebensräume ergeben.

Was sagt uns *Israel-loves-Iran* über das Internet?

Nach einem anfänglichen www-Optimismus ist in der wissenschaftlichen Community bald Resignation eingekehrt. Zu limitiert schienen die Handlungsmöglichkeiten und zu bereitwillig ließen sich die Konsumenten durch wirtschaftlich potente Online-Akteure lenken. Initiativen

wie *Israel-loves-Iran* zeigen aber, dass es dem Einzelnen doch gelingen kann, die vorgegebenen Pfade des Internets für eigene, kreative Ideen zu nützen. Und sie zeigen, dass im Netz gerade keine *Anything-Goes*-Mentalität vorherrscht, sondern sehr viele Userinnen und User großes Interesse haben, aktiv am Gelingen von Kommunikation und Zusammenleben mitzuwirken. Kann dieses Interesse aber der Medienethik als Grundlage dienen? Könnte es die Basis sein für eine Medienethik, die nicht auf Ge- und Verboten, sondern auf den Idealen und Wertvorstellungen der Akteure aufbaut? Will man diese Fragen beantworten, ist es sinnvoll, zunächst darüber nachzudenken, unter welchen Bedingungen gegenwärtig Medienethik betrieben wird und was sie leisten soll.

Die heutige Medienlandschaft unterliegt einem schnellen Wandel, neue technische Möglichkeiten bringen neue moralische Anfragen mit sich oder verändern bereits bekannte Problemkonstellationen. Die einzelnen Medien erfahren eine Hybridisierung und wachsen zugleich immer mehr zusammen, fließen ineinander – wie etwa im Fall von Online-Spielen mit Informations- und Dokumentationsblöcken, bei digitalen Werbewelten, die sich als Spiel tarnen, oder bei Fernseh- und Rundfunksendungen, die interaktive Partizipationsmodelle aufweisen. Weiters lässt das Internet die Kluft zwischen unterschiedlichen Kulturen, Generationen, Gruppierungen deutlich zutage treten. Können diese Gemeinschaften offline nämlich – durch Nischenbildung – weitgehend unproblematisch nebeneinander existieren, prallen sie im *World Wide Web* unvermittelt aufeinander. Eine Instanz, die gewissermaßen als Schiedsrichter auftritt, gibt es aber nicht, auch empfinden immer mehr Akteure ein Unbehagen gegenüber moralischer Normierung. Da in all diesen Punkten künftig eher mit einer Verschärfung denn mit einer Entspannung zu rechnen ist, muss eine zeitgemäße Medienethik meines Erachtens mindestens die folgenden Anforderungen erfüllen.

Sie soll gut verständlich sein, das heißt mit wenig theoretischem Unterbau auskommen, und sie soll einfach anzuwenden sein. Sie soll es darüber hinaus ermöglichen, Probleme wahrzunehmen und adäquat zu diskutieren, soll im Hinblick auf die Akteure konsensfähig sein und im Hinblick auf bereits bestehende Ansätze (Diskursethik, Verantwortungsethik etc.) anschlussfähig. Weiters ist von einer modernen Medienethik zu erwarten, dass sie die Akteure mit ihren Gewohnheiten, Anliegen und Überzeugungen ernst nimmt, dass sie nicht primär verurteilt oder belehrt, sondern den Beweggründen der Menschen Wertschätzung entgegenbringt und ihnen hilft, besser zu verstehen, welche dieser Beweggründe für sie zentral sind. Zugleich darf eine normative Theorie nicht rein affirmativ sein, darf nicht alles mittragen, was der Fall ist, sondern soll ein kritisches, gestaltendes Potenzial besitzen, das heißt die Möglichkeit einer Wertung bzw. Gewichtung und last but not least Handlungsorientierung bieten.

Die meisten bestehenden normativen Ansätze – in der Medienethik wie in anderen Lebensbereichen – geben dem Akteur in der konkreten Entscheidungssituation jedoch kaum die benötigte Hilfestellung. Vielmehr dienen Maximen, Regeln und Prinzipien eher dazu, im Nachhinein eine Beurteilung vorzunehmen, sie sind nicht oder kaum handlungsmotivierend. Auch wissen die wenigsten Menschen, welche moralphilosophischen Überlegungen den unterschiedlichen normativen Zugängen zugrunde liegen, und fragen sich, vor die Wahl gestellt, kaum, welche Handlung auf welche Weise gerechtfertigt werden könnte. Vielmehr reagieren sie auf die an sie

gestellten Anforderungen aus ihrer Gewohnheit heraus, wobei die ihr Handeln begleitenden Überlegungen eher dazu dienen, zu rechtfertigen, wofür eine Präferenz besteht, als von einem Punkt 0 ausgehend durch Abwiegen der Für und Wider eine ausgeglichene verantwortliche Entscheidung zu treffen. Trotzdem funktioniert unser zwischenmenschliches Interagieren im Großen und Ganzen gut und dort, wo wir meinen, Kritik üben zu müssen, zeigt dies gerade keine Dysfunktion.

Brauchen wir also gar keine Moralphilosophie? Oder anders gefragt: Wozu brauchen wir überhaupt eine Medienethik? Wir brauchen sie einmal, um ein bestimmtes Niveau an Verantwortungsgefühl und gegenseitiger Rücksichtnahme aufrechtzuerhalten und wir brauchen sie, weil im selben Augenblick, in dem viele moralisch wertvolle Entscheidungen getroffen werden, auch viel Verwerfliches geschieht, weil sowohl die Gesellschaft als Ganze als auch der Einzelne ihre moralische Kompetenz immer noch verbessern können und sollen. Dabei bedarf es aber nicht in erster Linie einer Ethik, die Gesetze formuliert. Denn zum einen wird die Aufgabe, klare Rahmenregelungen aufzustellen und ihre Durchsetzung zu gewährleisten, bereits vom Medienrecht wahrgenommen, zum anderen haben solche Zugänge ein gravierendes Motivationsproblem und werden der Eigenart der Moral, jenes Gute zu suchen, das über das Gesetz hinausgeht, gerade nicht gerecht. Wenn Menschen aus einer moralischen Praxis heraus gut handeln, dann braucht es eine Moralphilosophie, die sich genau dieser Praxis annimmt und dem Akteur dabei hilft, ein gutes Leben zu führen, ein Leben, in dem nicht nur Pflichten gegenüber anderen berücksichtigt werden, sondern alle Beweggründe, Vorlieben und Ideale, die den einzelnen Menschen prägen. Anders formuliert: Der Witz der Moral liegt möglicherweise nicht im Aufstellen von komplexen Theorien, sondern im Erwerb der richtigen Praxis.

Dieser Gedanke hat, wie ich meine, einen gewissen Charme. Allerdings konfrontiert er uns mit einem schwerwiegenden Problem: Wie nämlich lässt sich erkennen, was die richtige Praxis ist und worin ein gutes Leben besteht? Einerseits nämlich ist es offensichtlich, dass eine Moralphilosophie, die sich auf die Einübung einer guten Praxis konzentriert – ähnlich dem Aristotelischen Bogenschützen –, nicht ohne ein Ziel auskommen kann, dass sie zumindest ungefähr angeben muss, in welche Richtung eine Orientierung zu erfolgen hat, mit Blick darauf, wie wir unsere Praxis verbessern sollen. Andererseits sind die Begriffe ‚gut' und ‚richtig' längst nicht mehr unproblematisch. Fasst man das gute Leben, die gute Medienpraxis sehr eng, läuft ein solcher Ansatz Gefahr, nicht konsensfähig zu sein und von den Akteurinnen und Akteuren als Einschränkung und Bevormundung empfunden und abgelehnt zu werden. Normative Theorien aber, die bewusst mehr Spielraum lassen und sich auf Kriterien beschränken, die von jedem nachvollzogen werden können, rutschen leicht in die Banalität ab und sind nicht mehr in der Lage, die Orientierungs- und Korrektivfunktion der Moralphilosophie wahrzunehmen.

Um diese beiden Abgründe zu meiden und da ich keine metabiologische Bestimmung des menschlichen Gedeihens vornehmen möchte, schlage ich an dieser Stelle vor, mithilfe der Rekonstruktion bereits gelebter Werte eine Bestimmung der guten Medienpraxis vorzunehmen. In einem ersten Schritt ist dabei zu überlegen, von welchen Idealen sich Medien-Akteure in ihrem Tun leiten lassen. Diese Ideale sind zum Teil einfach zu rekonstruieren, wenn etwa Verhaltenskodizes von Berufs- oder User-Gruppen vorliegen oder wenn sich Menschen freiwillig

auf ein Regelwerk verpflichten. Zu einem größeren Teil aber sind sie versteckt und lassen sich nur erschließen, wenn man einzelne Handlungen analysiert und fragt, wonach Menschen streben, wenn sie dieses und jenes tun, welches ‚Gut' sie verwirklichen wollen. In einem zweiten Schritt müssten die erarbeiteten Ideale dann miteinander verglichen und der Versuch unternommen werden, einen Kernbestand von Wertvorstellungen herauszuarbeiten, auf den sich alle Medien-Akteure einigen können. Die Betonung dieses *common sense* würde eine solche minimalistische Ethik ebenso konsensfähig (Akteure) wie anschlussfähig (normative Theorien) machen. Die Methode der Rekonstruktion wiederum hilft dabei, Probleme wahrzunehmen und angemessen zu behandeln.

Für die Rekonstruktion von Wertvorstellungen und Idealen – wie ich sie im Zuge eines aktuellen Projektes begonnen, aber noch nicht abgeschlossen habe – sind freilich nicht nur positive Beispiele von Menschen, die sich online für Frieden und Völkerverständigung einsetzen, heranzuziehen. Vielmehr gilt es auch, Handlungen zu untersuchen, die auf den ersten Blick moralisch neutral sind oder die wir sogar verurteilen. Möglicherweise nämlich liegen selbst diesem Tun Ideale zugrunde, die jedoch herausgearbeitet, reflektiert und ‚gesäubert' werden müssen. Initiativen wie *Israel-loves-Iran* geben darüber hinaus Anlass zur Zuversicht, dass die moderne Medien-Akteurin bzw. der moderne Medien-Akteur bei aller Fremdsteuerung und Überforderung doch ein gewisses Maß an Souveränität beibehalten hat und gegenüber den Bedürfnissen und der Not seiner Mitmenschen nicht gleichgültig ist.

Literatur

Beck, Klaus (2010): Ethik der Online-Kommunikation. In: Schweiger, Wolfgang & Beck, Klaus (Hrsg.): *Handbuch Online-Kommunikation*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 130–155.

Borches, Dagmar (2001): *Die neue Tugendethik – Schritt zurück im Zorn? Eine Kontroverse in der Analytischen Philosophie.* Paderborn: mentis.

Debatin, Bernhard (2010): New Media Ethics. In: Schicha, Christian & Brosda, Carsten (Hrsg.): *Handbuch Medienethik*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 318–327.

Edry, Ronny (2012): *To the Iranian people, to all the fathers, mothers, children, brothers and sisters.* Abgerufen unter: http://www.israelovesiran.com/israelovesiran/ [Stand vom 23-01-2013].

Grimm, Petra & Capurro Rafael (Hrsg.) (2010): *Computerspiele – Neue Herausforderungen für die Ethik?* Stuttgart: Franz Steiner Verlag (= Schriftenreihe Medienethik 8).

Trinkaus Zagzebnki, Linda (2004): *Divine Motivation Theory*. Cambridge: Cambridge University Press.

NewsRoom

WWW.PROVINNSBRUCK.AT – Regionalität und Materialität des digitalen Stadtgeflüsters

Andreas Wiesinger

Zusammenfassung

Thema des Beitrags ist der Gemeinschaftsblog „www.provInnsbruck.at“, der seit Dezember 2010 aktiv ist. Anhand seiner Entstehung und bisherigen Geschichte werden Funktionen und Merkmale des gemeinschaftlichen Bloggens dargestellt. Der thematische Schwerpunkt des Blogs liegt auf lokaler Berichterstattung im Großraum Innsbruck, wobei keine fixe Redaktion besteht, sondern sich alle beteiligen können, die Artikel und Kommentare verfassen wollen. Ziel des Projekts ist es, einen vielstimmigen und interaktiven Diskurs über den Lebens- und Kulturraum Innsbruck zu etablieren. Eine wichtige Erweiterung des digitalen Stadtgeflüsters ist das seitens der Stadt Innsbruck geförderte Projekt „Die Stadt als Blog“, das mittels sogenannter „provInnsbruck-Boxen“ Themenvorschläge für den Blog ebenso wie allgemeine Meinungsäußerungen zum Stadtleben sammelt.

Idee und Entstehung

Am 12. Dezember 2010 ging provInnsbruck online, am selben Tag wurde auch die gleichnamige Facebook-Gruppe angemeldet. Der Name des Blogs referenziert auf eine seit Jahren geführte Diskussion in Innsbruck – jene um die so genannte „Weltstadt Innsbruck“. Dieses Epitheton wurde Innsbruck anlässlich einer Werbekampagne verliehen und wird seither immer wieder (bisweilen auch durchaus selbstironisch) verwendet. Die Wortverschmelzung, die sich aus den Wörtern „Provinz“ und „Innsbruck“ zusammensetzt, soll diesen Diskurs humorvoll an- bzw. umdeuten. Ebenso schwingt das Verb „provozieren“ mit – durchaus auch in der ursprünglichen Wortbedeutung von *sich äußern* und *hervorrufen*. Der magentafarbene Föhn, das Maskottchen und Logo von provInnsbruck, spielt zum einen auf den gleichnamigen Fallwind an, der die Stadt regelmäßig heimsucht. Zum anderen wird damit an die Zeitschrift „Föhn“ (später „Foehn“) erinnert, die 1978 unter anderem von Felix Mitterer, Hans Haid und Markus Wilhem gegründet wurde und sich Literatur und Kultur, später verstärkt auch politischen Themen gewidmet hat.

Initiator des Weblogs ist Andreas Wiesinger, von dem der Name und das Grundkonzept stammen. Wie sehr dieses Projekt von Anfang an als Gemeinschaftswerk konzipiert war, zeigt sich durch die Visualisierung der Kommentare des „digitalen Stadtgeflüsters“ (so lautet die Selbstbezeichnung bzw. das Motto des Blogs) auf der Homepage, die auf die Idee von Florian Koch zurückgeht. Elisabeth Sporer ist die eigentliche Seele und Gründungsvorsitzende des gleichnamigen Trägervereins, provInnsbruck – Verein zur Förderung digitalen Stadtgeflüsters. Durch ihren unermüdlichen Einsatz wurde vieles – beispielsweise die erfolgreiche Teilnahme am Wettbewerb „stadt_potenziale 2012“ – überhaupt erst ermöglicht. Das Projekt zeichnet sich

dadurch aus, dass versucht wird, interne Hierarchien erst gar nicht entstehen zu lassen. Der Verein fungiert vor allem als Eigentümer der Domain und bietet Interessierten die Möglichkeit zur regelmäßigen Mitarbeit und gleichberechtigten Mitsprache.

ProvInnsbruck definiert sich selbst als Gemeinschaftsblog mit lokaler Ausrichtung. *Weblogs* (kurz: Blogs) sind Websites im Internet, die öffentlich geführte Journale darstellen; ihre Bezeichnung ist eine Wortkreuzung aus den englischen Begriffen *World Wide Web (WWW)* und *Log* (Tagebuch, Fahrtenbuch, Protokoll). „Inhaltlich ergreifen darin Autorinnen und Autoren das Wort, die mit kurzen Texten auf Inhalte im Netz verweisen oder persönliche Erfahrungen verarbeiten.“ (Ebersbach et al. 2011, S. 61) Dazu ist anzumerken, dass sich inzwischen Blogs zu ganz unterschiedlichen Themen und mit vielfältigen Zielsetzungen etabliert haben: Die Spannbreite reicht von *Corporate Blogs* von Unternehmen bis zu *Experten- oder Gameblogs*, die beispielsweise neue Produkte bewerten (vgl. Seeber 2008, S. 28–49). Der Genus von *Weblog* ist unbestimmt; der Sprachgebrauch für den hier vorgestellten Blog – für den sich die Kurzform „provi“ intern durchgesetzt hat – tendiert allerdings klar zur maskulinen Form.

Es war von Anfang an geplant, Facebook für die Bewerbung des Blogs und die Distribution der Beiträge zu nutzen. Für einen lokalen Blog ohne Werbebudget bietet Facebook nämlich unbestreitbare Vorteile: Mitgliedern von Facebook ist es möglich, „Fanseiten“ zu verschiedenen Themen zu gründen, denen andere Mitglieder als „Fans“ beitreten können. Sie erhalten dann einen Hinweis auf jeden Beitrag, der auf der Pinnwand der Fanseite veröffentlicht wird, auf ihrer persönlichen Startseite. In der Folge können sie diese Beiträge kommentieren, „liken“ (ein Hyperlink mit der Aufschrift „Gefällt mir“ macht dies möglich) und „teilen“ – das bedeutet, dass sie die Artikel ihrerseits über ihre persönlichen Profilseiten veröffentlichen. Im Idealfall ergeben sich so Formen der „viralen Verbreitung“: Beiträge werden veröffentlicht, die Fans entdecken und verbreiten sie ihrerseits, was wiederum ihre „Freunde“ – das sind jene Mitglieder des Netzwerks, zu denen sie Kontakt haben – darauf aufmerksam macht. Im Idealfall ergibt sich daraus eine Art „Schneeballeffekt“, die Beiträge erhalten vermehrte Aufmerksamkeit und die Gruppe gewinnt neue Fans.

Ein weiterer Vorteil von Facebook liegt in der Ideenfindung für Artikel. Themen, die innerhalb des Netzwerks diskutiert werden, können in eigenen Blog-Beiträgen thematisiert werden. Viele Beiträge werden von Statusmeldungen und Kommentaren in Facebook inspiriert; auch neue Autorinnen und Autoren konnten so akquiriert werden. Dadurch, dass diese ihre eigenen Beiträge im Netzwerk veröffentlichen und die Beiträge anderer kommentieren, werden ihre Freunde auf den Blog aufmerksam gemacht und können als regelmäßige Leserinnen und Leser gewonnen werden. Somit erfüllt Facebook sowohl die Funktion eines Distributions- bzw. Kommunikationsmediums als auch die eines Rechercheinstruments, wobei beides in der Realität eng ineinandergreift.

Selbstverständnis und Themenstruktur

ProvInnsbruck verstand sich von Beginn an als *Hyperlocal Blog*, so werden Weblogs bezeichnet, die ihr Hauptaugenmerk auf die Lokalberichterstattung legen. Die Beiträge widmen sich

hauptsächlich Themen aus dem Stadtraum Innsbruck, was für ein Medium des *World Wide Web* nur vordergründig unorthodox erscheinen mag. Schließlich findet man im Internet heute schon „fast alles“, trotzdem bleibt das Regionale und Lokale oftmals ausgespart. Da liegt es nahe, diese Lücke durch eine reine Online-Plattform zu schließen, die es ermöglicht, Beiträge sowohl sehr kostengünstig als auch unkompliziert und ohne Zeitverzögerung zu publizieren. So kann auf aktuelle Ereignisse schnell reagiert werden, ohne auf Platzbeschränkungen oder Abgabefristen Rücksicht nehmen zu müssen. Ebenso war es wichtig, finanziell unabhängig agieren zu können – seit dem ersten Tag erscheint provInnsbruck ohne Werbeanzeigen oder Public-Relation-Berichte, obwohl es schon mehrfach dementsprechende Angebote gegeben hat.

Diese Form der unabhängigen und unbeeinflussten Berichterstattung wäre in einem Printmedium wohl nur unter einem hohen finanziellen Aufwand möglich. Zeglovits (2006) weist auf die Funktion von Blogs im Rahmen der sogenannten „symbolic economy“ hin: So sei auch „der Kampf um Öffentlichkeit und Platz in der Stadt als kreative Ressource nutzbar“ (Zeglovits 2006, S. 336). Genau dieser „Kampf“ oder vielmehr der „konsequente Einsatz“ dafür, begleitet das digitale Stadtgeflüster seit Beginn seines Bestehens. Wichtige Beispiele sind die Diskussion um die Zugänglichkeit der Grünflächen im Hofgarten, dem zentral gelegenen Park in Innsbruck, und das Radfahrverbot in der Maria-Theresien-Straße. Beide Themen wurden über einen längeren Zeitraum kontrovers diskutiert und waren Anlass für mehrere Blog-Beiträge und Blog-Kommentare.

Der thematische Schwerpunkt auf Lokalberichterstattung ermöglicht eine Konzentration auf den Stadtraum im Spannungsfeld von aktuellem Zustand und virtuellen Möglichkeiten. Neben aktuellen Ereignissen und Entwicklungen gilt das Augenmerk auch visionären Konzepten eines alternativen Stadtlebens. Für die Themenwahl gilt der Grundsatz, dass Ereignisse und Projekte vor der eigenen Haustüre vorrangig behandelt werden. Dabei werden andere Medien mit Regionalbezug, wie beispielsweise die „Tiroler Tageszeitung“ oder das „Stadtblatt Innsbruck“, keinesfalls als Konkurrenz betrachtet – was schon aufgrund der Struktur bzw. der finanziellen und personellen Möglichkeiten des Blogs nicht sinnvoll wäre. Stattdessen geben vielfach Artikel aus den Online-Ausgaben dieser und ähnlicher Medien Anstoß für weiterführende Beiträge und Kommentare von provInnsbruck-Autorinnen und -Autoren. Daran zeigt sich die enge Verquickung des Blogs zwischen privaten Meinungsäußerungen und Reaktionen auf Mainstream-Medien (vgl. Lovink 2008, S. 41f.). Auch mehrere Printmedien sowie das freie Radio Innsbruck (FREIRAD) haben schon über provInnsbruck berichtet bzw. Themen des Blogs aufgegriffen.

Die verschiedenen Menükategorien auf provInnsbruck dienen dazu, die jeweiligen Beiträge grob zu klassifizieren. Die Autorinnen und Autoren können ihre Artikel selbst fakultativ einer bestimmten Kategorie zuordnen; unabhängig davon erscheinen sie allerdings vorerst immer ganz oben auf der Homepage. Der Punkt „aktuell“ bezeichnet die Start- bzw. Einstiegsseite der Website, da aktuelle Berichterstattung für einen Blog Voraussetzung ist. Die Kategorie „geil“ umfasst vor allem Empfehlungen und legt das Augenmerk auf die positiv bis euphorisch wahrgenommenen Aspekte des Stadtlebens. Kontrastiv dazu werden unter „grantig“ auch kritische

Meinungen und Berichte über Missstände publiziert. Die Kategorie „urban“ ist thematisch sehr offen konzipiert und bietet ebenso Platz für Schnappschüsse wie für urbane Visionen und Diskurse. Der Menüpunkt „kurios“ wurde im Mai 2012 hinzugefügt und widmet sich den sogenannten *Urban Legends*, also modernen Sagen, die sich heute auch im Netz weiterverbreiten. Die Autorinnen und Autoren werden unter „über uns“ jeweils mit einem Portraitfoto und einem selbst verfassten Text vorgestellt. Unter „kontakt“ finden sich das Impressum und die Kontaktadresse, was rechtlich vorgeschrieben ist.

Alleinstellungsmerkmale und statistischer Abriss

Eine provInnsbruck-Redaktion im engeren Wortsinn besteht nicht. Für die einzelnen Artikel sind die jeweiligen Verfasserinnen und Verfasser verantwortlich, außerdem gibt es – abgesehen vom Regionalbezug – weder thematische noch sonstige Vorgaben. Dadurch gestalten sich die einzelnen Beiträge sehr heterogen. Die Spannbreite reicht von originellen Schnappschüssen, die mit Zitaten ergänzt werden, über Veranstaltungshinweise und politische Kommentare bis hin zu literarischen und lyrischen Texten. Diese thematische Vielfalt war von Anfang an programmatisch und daher spricht einiges dafür, dass sie auch für den Erfolg des Projekts ausschlaggebend ist. Die Leserinnen und Leser wissen nie, was sie konkret erwartet, wodurch sie neugierig gemacht werden. Nachteile liegen in der fehlenden Qualitätssicherung, wodurch zumindest theoretisch auch schlecht geschriebene oder inhaltlich fehlerhafte Beiträge veröffentlicht werden könnten. Vereinzelt kommt es vor, dass in Kommentaren über die angeblich fehlende thematische Relevanz eines Beitrags diskutiert wird.

Die aktuelle Statistik vom März 2013, nach zwei Jahren und drei Monaten seines Bestehens, spricht jedenfalls für den Erfolg des Projekts: Insgesamt wurden 1.212 Beiträge mit 1.701 Bildern veröffentlicht – im Schnitt erscheinen also etwa 1,5 Beiträge täglich. Die Zahl der Kommentare beläuft sich auf 3.566 und ergibt einen Durchschnittswert von fast drei Kommentaren pro Beitrag. Hierzu ist anzumerken, dass der bislang am häufigsten kommentierte Beitrag 92 Kommentare erhielt, während viele nur ein Mal oder gar nicht kommentiert wurden. Entscheidend sind dafür vor allem die behandelten Themen: Der erwähnte Beitrag befasst sich mit einem Wahlplakat der Innsbrucker FPÖ, dessen Slogan „Heimat-Liebe statt Marokkaner-Diebe“ viel Aufsehen erregte und schließlich sogar ein gerichtliches Nachspiel für die Verantwortlichen hatte. Veranstaltungsankündigungen werden hingegen nur selten kommentiert, aber auch ausführliche Artikel rufen bisweilen keine Diskussionen hervor. Insgesamt wurde die Website 217.929 Mal besucht und dabei wurden exakt 370.948 einzelne Webseiten aufgerufen – erfreulich ist auch, dass (bei allen gegebenen Schwankungen) die durchschnittliche Zahl der Besuche insgesamt steigt.

Bloggen als Kulturtechnik

Im deutschen Sprachraum blieben Weblogs bislang insgesamt ein eher elitäres Medienphänomen, das die große Masse der Internet-User (noch?) nicht erreicht hat (vgl. Lovink 2012, S. 132). Die Gründe dafür sind vielfältig, gleichwohl rückt die Blogosphäre langsam auch hierzulande in den Fokus des Interesses und Blogs und Bloggerinnen und Blogger finden auch in den traditionellen Massenmedien vermehrt Beachtung. Zeglovits (2006, S. 332) weist darauf hin, dass Blogs „mehr als ein neues journalistisches Genre oder eine Form subjektiv gefärbter Berichterstattung" darstellen. Er verweist auf die Zwischenstellung der Blogs als „sowohl urbanes als auch globales Medienphänomen", dabei „eignen sie (sich) zur Beobachtung von sowohl sozio-kulturellen als auch ökonomischen Phänomenen; unter anderem der Kommunikationsbereitschaft, der Gemeinschaftsbildung und der Selbstvermarktung" (ebenda). Bloggen ist eine soziale und kommunikative Praxis, die es unkompliziert ermöglicht, Informationen und kontroverse Meinungen auszutauschen und zu publizieren.

Weblogs haben sich schon seit den 1990er Jahren als alternative Medienangebote etabliert – vor allem in Kriegs- und Krisenregionen sind sie oftmals die einzige Möglichkeit, um unzensierte Informationen zu publizieren und Nachrichten aus offiziellen (und somit meist parteiischen) Quellen zu ergänzen bzw. zu hinterfragen (vgl. Schmid 2007, S. 185). Aber auch außerhalb von Kriegs- und Krisengebieten können Blogs subversive Medienstrategien fördern, etwa in Form von *Watchblogs*, die Unternehmen oder andere Medien kritisch beobachten (vgl. Seeber 2008, S. 29f.). Zeglovits (2006) definiert Weblogs in Anschluss an Faßler als „urbane Mediascapes" (vgl. Faßler 2001, S. 215ff.), die sich zwischen Materialität, Medialität, Kulturarbeit und (Selbst-)Vermarktung verorten. Inzwischen integrieren auch professionelle (online-)journalistische Angebote Blogs in ihre Berichterstattung (vgl. Schmidt 2006, S. 120ff.).

Kaum ein Ratgeber für das Betreiben von Weblogs vergisst, auf den hohen Wert von Verlinkungen auf andere Blogs und Online-Angebote hinzuweisen (vgl. Heijnk 2011, S. 193). So wird beispielsweise auf Artikel einer Online-Zeitung verlinkt, was den Vorteil bringt, dass die darin enthaltenen Informationen nicht mehr wiederholt werden müssen und auf die redaktionelle Rechercheleistung verwiesen werden kann. Für die Medien, auf die verlinkt wird, ergibt sich wiederum der Vorteil, dass Interessierte ihre jeweiligen Artikel aufrufen und sie somit potenzielle Leserinnen und Leser gewinnen können. Damit verortet sich provInnsbruck als Format für partizipatorischen bzw. Graswurzel-Journalismus an der Schnittfläche von virtueller Gemeinschaft (vgl. Rheingold 1994, S. 141ff.) und Community-Blog (vgl. Schmidt 2006, S. 119–128).

Des Weiteren stellt der Blog eine digitale und interaktive Erweiterung des realen Stadtraums dar. Die Beiträge und ihre Kommentare befördern einen vielstimmigen Diskurs, wie die Stadt wahrgenommen wird und welche Wünsche, Visionen oder auch Beschwerden sich mit ihr verbinden. Dabei ist provInnsbruck sowohl ein „Archiv des Augenblicks", das die jeweils aktuellen Ereignisse dokumentiert und kommentiert als auch ein offenes Forum für alle am Stadtleben Beteiligten. Es gibt keinerlei Zugangshürden oder Barrieren, weswegen es nicht übertrieben ist, von einer „digitalen Agora" (Schmid 2007, S. 33ff.) zu sprechen. Die Kom-

mentare, die auf derselben Webseite wie die Artikel in umgekehrter chronologischer Reihenfolge publiziert werden (vgl. Kapitel „Die Kommentarfunktion“), enthalten oftmals Anmerkungen (teilweise auch Korrekturen) zu den Beiträgen – hier zeigen sich Ansätze von kollektiver Autorenschaft. ProvInnsbruck ist auch Teil der Blogosphäre – gemeint ist damit die Gesamtheit der Weblogs und ihre Vernetzung. So wird gelegentlich auf Beiträge anderer Blogs verlinkt oder Blogs, die ihr Augenmerk auf Innsbruck legen, werden in Form von Artikeln vorgestellt. Ein Beispiel dafür ist der Musikblog „In that little town“ (www.inthatlittletown.at), dessen Inhalte hauptsächlich aus kurzen Webvideos von heimischen Bands bzw. Bands, die in Innsbruck auftreten, bestehen.

Multimedialität

Während der ersten Monate blieb provInnsbruck auf Textbeiträge und illustrierende Fotos beschränkt, was sich vor allem aus den fehlenden zeitlichen und personellen Ressourcen erklärt. Für professionelle multimediale Konzepte sind eine sorgfältige Planung und technische Unterstützung Voraussetzung – zumindest wenn der Anspruch besteht, qualitativ möglichst hochwertige Beiträge zu erstellen. Schon früh war geplant, auch Audioformate und Webvideos zu publizieren, um das digitale Stadtgeflüster hör- und sichtbar zu machen. Den Anfang machte der bekannte Tiroler Kabarettist Markus Koschuh, der mit seiner Podcast-Kolumne „Hasch scho’ g’hört“ verschiedene Themen der Innsbrucker und Tiroler Politik auf humorvolle Weise behandelte. Schon nach der zweiten Ausgabe stieg die Zahl der Seitenaufrufe deutlich an und auch der Zulauf zur Facebook-Fanseite erhöhte sich merklich.

Im Vorfeld der Innsbrucker Gemeinderatswahl im April 2012 wurden die insgesamt acht Bürgermeisterkandidatinnen und -kandidaten (von SPÖ, ÖVP, FPÖ, KPÖ, Für Innsbruck, den Grünen, der Liste Rudi und den Piraten) „vor den Föhn gebeten“. Die verschiedenen Interviews wurden von Markus Koschuh und dem Verfasser geführt; inhaltliche Absprachen gab es keine – allerdings ein gemeinsames Brainstorming, um Fragen auszutauschen und stilistisch zu verfeinern. Die Videos, die jeweils etwa 15 Minuten dauern, wurden auch auf dem Videoportal YouTube veröffentlicht, was die weitere Verbreitung erleichterte. Diese Video-Interviews – vom erstmals antretenden Piraten-Kandidaten bis zur amtierenden Bürgermeisterin – führten zu dem bislang größten Popularitätsschub für provInnsbruck. Die Zahl der Besuche auf der Website stieg merklich und auch die Zahl der Fans auf Facebook erhöhte sich mit jedem veröffentlichten Video.

Im Vorfeld war es uns vor allem wichtig, Fragen aus der Community zu sammeln. Daher wurden die Leserinnen und Leser mehrmals aufgefordert, sich zu Wort zu melden – die Beteiligung hielt sich allerdings in Grenzen, sodass die meisten Fragen von den beiden Interviewern selbst sowie von Autorinnen und Autoren des Blogs formuliert wurden. Dabei wurden besonders Fragen bevorzugt, die andere Medien nicht oder nicht auf diese Weise stellen würden. Wir wählten zwar einen ungewöhnlichen, vielleicht sogar provokanten Zugang, wollten aber nicht als „untergriffig“ wahrgenommen werden. Die Kandidatinnen und Kandidaten wählten selbst den Ort der Aufnahme, wurden aber im Vorfeld weder über Konzept noch über mögliche Fra-

gen informiert. Neben professionellen Journalistinnen und Journalisten lobten auch viele der interviewten Politikerinnen und Politiker dieses Format als innovativ und professionell – wer sich selbst einen Eindruck verschaffen möchte, findet alle Videos auf YouTube.[1]

Die Kommentarfunktion – Herzstück des digitalen Stadtgeflüsters

Von Anfang an war es ein integraler Bestandteil und Anspruch des „digitalen Stadtgeflüsters“ ein offenes Forum für kritische Stadtdiskurse zu etablieren. Daher sollten die einzelnen Beiträge auch anonym kommentierbar sein, um einen unkomplizierten und niederschwelligen Meinungsaustausch zu ermöglichen. Im Vorfeld wurde intensiv darüber diskutiert, wie wir mit unangemessenen und beleidigenden Kommentaren verfahren sollten. Ganz zu Beginn gab es einige Probleme mit so genannten *Spam-Bots* – das sind Computerprogramme, die automatisch Werbebotschaften in offenen Foren veröffentlichen. Innerhalb einiger Stunden werden etwa mehrere Werbebotschaften mit Links zu kommerziellen Websites gepostet, die freilich nichts mit dem kommentierten Beitrag zu tun haben. Dieser Misstand konnte behoben werden, indem Kommentare, bevor sie auf provInnsbruck veröffentlicht werden, mit einem so genannten *CAPTCHA* signiert werden müssen: Das sind Codes aus Buchstaben und Ziffern, die von den Verfasserinnen und Verfassern der Kommentare händisch eingegeben werden müssen, um sicherzustellen, dass es sich dabei nicht um eine Maschine, sondern um einen „echten Menschen“ handelt. Eine kurze Phase mit Kommentaren, die mit kommerziellen Links (z.B. zu Kreditkarten-Anbietern) versehen waren, ergab sich mit Beginn des Engagements auf Twitter im März 2013, konnte aber inzwischen ebenso überwunden werden.

Schon seit seiner Planungsphase ist provInnsbruck als interaktives und diskursives Medium konzipiert, das ein allgemein zugängliches Forum für vielfältige Stadtansichten und kritische Kommentare darstellt. Besonderes Gewicht haben dabei die Kommentare zu den einzelnen Beiträgen. Um einen niederschwelligen und offenen Diskurs zu gewährleisten, ist die Möglichkeit der anonymen Kommentierung wesentlich. Besonders wichtig war es auch, die verschiedenen Kommentare der User sichtbar zu machen – schließlich sind sie ein wichtiger Bestandteil des digitalen Stadtgeflüsters. In den meisten Blogs „verschwinden“ die Kommentare auf den Webseiten der einzelnen Beiträge und werden (wenn überhaupt) nur als Zahl unter dem jeweiligen Beitragsanreißer auf der Homepage angegeben. Auf provInnsbruck erscheinen die ersten Wörter der neuesten Kommentare jeweils in Form von magentafarbenen Hyperlinks in der rechten Spalte der Homepage.

Daraus ergeben sich mehrere Vorteile: Zum einen werden die Kommentare aufgewertet, da sie auf der Homepage an prominenter Stelle platziert sind. Da jeweils nur die ersten vier oder fünf Wörter zu sehen sind, werden die Userinnen und User auf die Kommentare neugierig gemacht. Noch bedeutender ist aber, dass durch die verlinkten Kommentare eine weitere inhaltliche Ebene eröffnet wird. Es erscheinen nur die jeweils aktuellsten Beiträge auf der Homepage,

[1] Beispielhaft angeführt sei das Interview mit der amtierenden Bürgermeisterin Christine Oppitz-Plörer: http://www.youtube.com/watch?v=ZWJ9j24kTgw (Stand vom 22-08-2013).

ältere Beiträge „verschwinden“ von der Einstiegsseite. Auch wenn ein mehrere Wochen alter Artikel kommentiert wird, wird der Beginn dieses Kommentars ganz oben auf der Homepage angezeigt – so erlangen auch Beiträge, die schon einige Tage oder Wochen alt sind, wieder Beachtung. Die Anzahl der Kommentare stieg jedenfalls mit dieser Form ihrer Visualisierung merklich an.

Mit den Kommentaren gab es nur vereinzelt echte Probleme und in mehr als 26 Monaten mussten nur sehr wenige Kommentare gelöscht werden. Eine Kommentatorin (zumindest verwendete die betreffende Person ein weibliches Pseudonym) wurde durch antisemitische Statements auffällig, nach einer Verwarnung (und der Entfernung dieser Kommentare) gab es keine Probleme mehr.

Obwohl einzelne Beiträge hin und wieder sehr kontrovers diskutiert werden, bleiben unangemessene oder hetzerische Kommentare die Ausnahme, obwohl das Forum offen zugänglich ist und die Kommentare unter einem frei gewählten Pseudonym erscheinen. Daran zeigt sich auch, dass ein offenes Forum nicht zwangsläufig zu vermehrten Beleidigungen und Anfeindungen führen muss. Sachbezogene Kritik kommt allerdings häufig vor, auch auf inhaltliche und orthografische Fehler wird in den Kommentaren bisweilen hingewiesen – diese übernehmen also durchaus auch die Funktion eines Korrektivs (vgl. Schmid 2007, S. 189f.). Insgesamt überwiegen also die Vorteile des offenen Forums, wofür allerdings die tägliche Betreuung des Blogs Voraussetzung ist, um unzulässige Kommentare und Spam gegebenenfalls zu löschen. Die inhaltliche und sprachliche Varianz der Kommentare ist beträchtlich und reicht von einzelnen Links (z.B. zu Artikeln in Online-Zeitungen) bis zu mehrere Absätze umfassende Statements. Die Kommentare enthalten oft interessante inhaltliche Ergänzungen, weiterführende Links, manchmal aber auch inhaltliche Kritik.

Materialität

Gerade für einen Blog, der hauptsächlich in Form einer Website besteht, ist „Materialität“ in der Wortbedeutung als Bestehen aus Materie bzw. als Stofflichkeit nicht selbstverständlich. Dennoch bringt gerade die Immaterialität dieses medialen Angebots unbestreitbare Vorteile mit sich: Im *World Wide Web* ist das Publizieren von Inhalten nahezu kostenlos möglich; im Gegensatz zu gedruckten Publikationen fallen weder Produktions- noch Versandkosten an, die Hyperlinks zu den Beiträgen können ohne großen Aufwand verbreitet werden. Allerdings war schon in der Projektphase geplant, provInnsbruck nicht nur als Blog zu betreiben, sondern im Stadtraum aktiv und „greifbar“ zu werden.

Diese Chance ergab sich anlässlich der „stadt_potenziale 2012“, der öffentlich ausgeschriebenen, projektbezogenen Kunst- und Kulturinnovationsförderung der Stadt Innsbruck. Der Projektantrag wurde unter dem Titel „Die Stadt als Blog“ verfasst und umfasst mehrere Module. Im Rahmen des Wettbewerbs wurde der Antrag mit einer Gesamtsumme von 6.700 Euro prämiert. Die Boxen wurden inzwischen an verschiedenen Orten aufgestellt. Die daraus gewonnenen Anregungen, Themenvorschläge, aber auch eher allgemein gehaltenen Statements zum Stadtleben wurden in mehreren Artikeln dokumentiert: Kernstück des Konzepts sind die



Abbildung 1: *Mit den provInnsbruck-Boxen werden Themenvorschläge und Kommentare zum Stadtgeschehen gesammelt.*

sogenannten provInnsbruck-Boxen (siehe Abbildung 1), die in unterschiedlichen Kultureinrichtungen, Cafés und Geschäften aufgestellt wurden. Auf den Boxen wurde in wenigen Sätzen erklärt, worum es sich dabei handelt: Interessierte erhalten die Möglichkeit, unkompliziert und anonym Meinungen, kritische Anmerkungen und Themenvorschläge zu verfassen und abzugeben. Damit sollen vor allem auch Bevölkerungskreise erreicht werden, die das Internet nicht oder nur selten nützen und denen das digitale Stadtgeflüster bislang noch gar nicht bekannt war.

Hieran zeigt sich, dass sich provInnsbruck genau an der Schnittstelle von Regionalität und Materialität verortet. Die Boxen stellen eine Form der materiellen Erweiterung des digitalen Mediums dar, die Stadt soll sowohl als Referenz als auch im Sinne einer Erweiterung des digitalen Stadtgeflüsters wahrgenommen werden (vgl. Schmidt 2005, S. 84ff.). Die Metapher der „digitalen Stadt" begleitet Blogs seit den 1990er Jahren (vgl. Lovink 2008, S. 62), wobei viele Projekte im *World Wide Web* verbleiben. Die verschiedenen Themenvorschläge und Botschaften gestalteten sich – wie nicht anders zu erwarten war – sehr variantenreich. Die Mitteilungen in den Boxen enthielten eher allgemeine Anmerkungen zum Stadtleben bzw. zum eigenen Stadtteil, aber auch Kommentare zu konkreten Missständen, die in der Folge auch Anstoß für Blog-Beiträge gaben. Die Aktion zeigt, dass die Diskussionsbereitschaft seitens der Stadtbevölkerung durchaus gegeben ist. Ähnlich wie die Kommentare im Blog scheint die Möglichkeit, die persönliche Meinung anonym äußern zu können, zur Beteiligung zu motivieren.

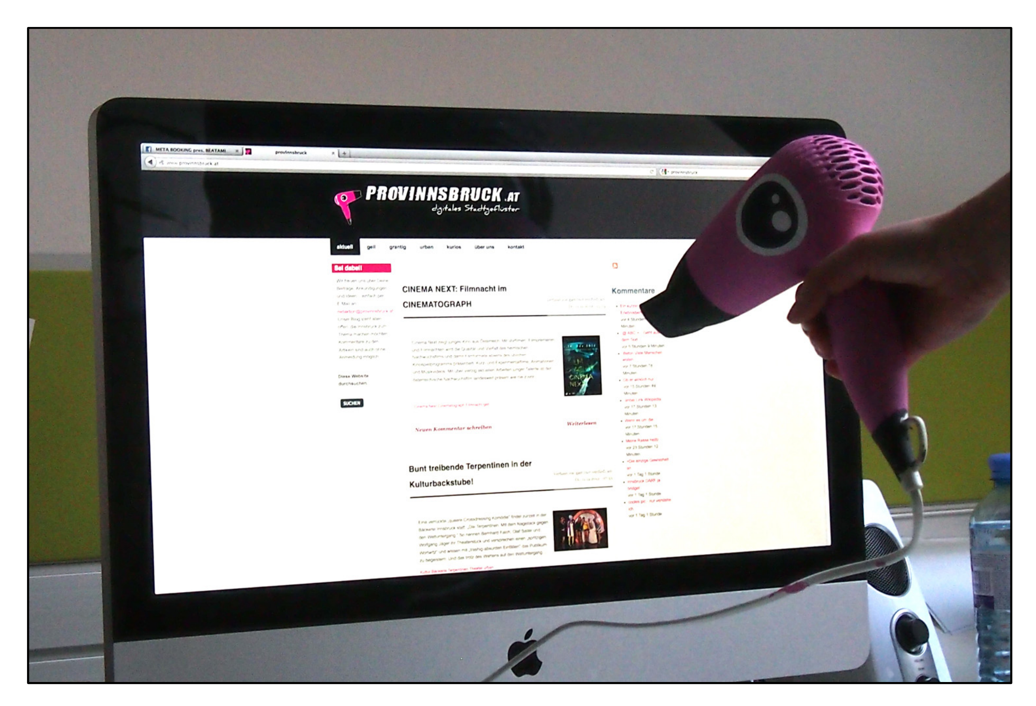


Abbildung 2: *Der Föhn, das Maskottchen von provInnsbruck, wurde detailgetreu nachgebaut.*

Außerdem wird provInnsbruck auch noch auf andere Weise „gegenständlich und angreifbar“: So wurde unser Maskottchen, der Föhn, detailgetreu nachgebaut (siehe Abbildung 2) und kam auch in Interviews mit den Bürgermeisterkandidatinnen und -kandidaten der Gemeinderatswahl 2012 zum Einsatz (siehe Unterkapitel „Multimedialität“). Der wohl wichtigste Werbeträger des Blogs sind Aufkleber, die der Kopfleiste bzw. dem Logo der Webseite nachempfunden sind und den Schriftzug „WWW.PROVINNSBRUCK.AT digitales Stadtgeflüster“ zeigen (siehe Abbildung 1). Diese erweisen sich für die Bewerbung des Mediums als sehr nutzbringend. Zum einen dienen die Aufkleber als *Teaser* – sie sollen vor allem Menschen neugierig machen, die sie in einer Kultureinrichtung oder einer Bar entdecken. Die Informationen sind bewusst reduziert, außer der Angabe der Webseite und dem erklärenden Zusatz wird nur noch das Maskottchen, der Föhn, abgebildet. Zum anderen sind die Sticker aber auch ein ebenso preiswertes wie praktisches *Give-away*, also ein Werbemittel. Trifft man beispielsweise auf einer Veranstaltung Menschen, die sich für den Stadtblog interessieren, erhalten sie den Aufkleber als Gedächtnisstütze für das nächste Mal, wenn sie online sind.

Eine weitere Form der Materialisierung sind die T-Shirts, die an Vereinsmitglieder verteilt wurden und ebenfalls das Logo zeigen – sie sollen bei den verschiedenen Straßenaktionen ein einheitliches Erscheinungsbild gewährleisten und auf die verschiedenen provInnsbruckerinnen und provInnsbrucker aufmerksam machen. Außerdem ist geplant, ein *Best of* aus den Beiträgen

und Kommentaren des Weblogs in Form einer Broschüre zusammenzustellen, um die verschiedenen inhaltlichen Aspekte adäquat abzubilden. Es ist geplant, die Publikation kostenlos in Kulturinstitutionen aufzulegen. Sie soll sowohl als „Dankeschön“ für treue Leserinnen und Leser gesehen werden als auch eine Form des Medientransfers von der digitalen Website zur analogen Broschüre darstellen – allerdings befindet sich diese Idee noch in der Konzeptionsphase und die konkrete Umsetzung ist auch eine Finanzierungsfrage. Eine weitere Strategie, um provInnsbruck vom digitalen Medium in den realen Stadtraum zu erweitern, waren die zwei bisherigen provi-Feste, die von mehreren hundert Gästen besucht wurden.

Ausblick

Verschiedene Untersuchungen zeigen, dass die meisten Blogs nur kurz aktiv sind und oft schon nach recht kurzer Zeit keine neuen Beiträge mehr veröffentlicht werden (vgl. Fischer 2006, S. 185f.). Dementsprechend kann ein Blog mit einer „Lebensdauer” von über zwei Jahren und drei Monaten, dessen Beitragszahl beständig wächst, schon als erfolgreich gelten. Da die Zahl der Besuche auf der Website ansteigt, ist unser erstes Ziel, diese positive Tendenz weiter zu verstärken und die Bekanntheit des Medienangebots noch auszubauen. Außerdem ist geplant, vor allem mehr Webvideos anzubieten, deren Produktion sich allerdings als recht aufwändig erweist. Dabei sollen bekannte Persönlichkeiten des Innsbrucker Stadtlebens interviewt werden. Seit März 2013 ist provInnsbruck auch auf der Microblogging-Plattform *Twitter* aktiv – hier erfreut es sich wachsenden Zuspruchs und gewinnt laufend sogenannte „Follower“, also Mitglieder, welche die Meldungen (so genannte „Tweets“) abonnieren. Auch andere Online-Communitys sollen zumindest im Auge behalten werden, um Interessierte auf unsere Beiträge aufmerksam zu machen.

Die Zielsetzung von provInnsbruck ist jedenfalls nicht ökonomischer, sondern demokratie- und gesellschaftspolitischer Natur. Nachdem schon einige Aktionen von „Die Stadt als Blog“ erfolgreich absolviert wurden, werden auch weitere Stadtteile besucht und provInnsbruck-Boxen aufgestellt. In Zukunft sollen auch sogenannte Blog-Werkstätten angeboten werden, um Interessierte in die Technik des Bloggens einzuführen. Welche inhaltlichen Schwerpunkte provInnsbruck in Zukunft setzen wird, lässt sich aufgrund der Vielstimmigkeit und der strukturellen wie thematischen Offenheit kaum voraussagen. Jedenfalls wollen wir auch weiterhin ein „digitales Stadtgeflüster“ sein, das die vielfältigen Aspekte des Stadtlebens beleuchtet und all jenen offensteht, die Innsbruck zu ihrem Thema machen möchten.

Literatur

Ebersbach, Anja; Glaser, Markus & Heigl, Richard (2011): *Social Web*. 2. Aufl. Konstanz: UVK.

Faßler, Manfred (2001): *Netzwerke. Einführung in die Netzstrukturen, Netzkulturen und verteilte Gesellschaftlichkeit*. München: Wilhelm Fink Verlag.

Fischer, Tim E. (2006): *Unternehmenskommunikation und Neue Medien. Das neue Medium Weblogs und seine Bedeutung für die Public-Relations-Arbeit*. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag.

Heijnk, Stefan (2011): *Texten fürs Web: Planen, schreiben, multimedial erzählen. Das Handbuch für Online-Journalisten.* 2. Aufl. Heidelberg: dpunkt.verlag.

Lovink, Geert (2008): *Zero Comments. Elemente einer kritischen Internetkultur*. Bielefeld: transcript.

Lovink, Geert (2012): *Das halbwegs Soziale. Eine Kritik der Vernetzungskultur*. Bielefeld: transcript.

Rheingold, Howard (1994): *Virtuelle Gemeinschaften. Soziale Beziehungen im Zeitalter des Computers.* Bonn [u.a.]: Addison-Wesley.

Schmid, Julia (2007): *Internet-Rhetorik. Chancen und Widerstände des Orators auf der digitalen Agora*. Berlin: Weidler (= neue rhetorik 1).

Schmidt, Jan (2005): *Der virtuelle lokale Raum. Zur Institutionalisierung lokalbezogener Online-Nutzungsepisoden.* München: Verlag Reinhard Fischer (= INTERNET @ Research 19).

Schmidt, Jan (2006): *Weblogs. Eine kommunikationssoziologische Studie*. Konstanz: UVK.

Seeber, Tino (2008): *Weblogs – die 5. Gewalt? Eine empirische Untersuchung zum emanzipatorischen Mediengebrauch von Weblogs*. Boizenburg: Verlag Werner Hülsbusch.

Zeglovits, Wolgang (2006): Blogosphäre: Weblogs als Beispiele für urbane Mediascapes. In: Faßler, Manfred & Terkowsky, Claudius (Hrsg.): *Die Zukunft des Städtischen. Urban Fictions*. München: Wilhelm Fink Verlag. S. 331–351.

Lokales Fernsehen in Tirol

Christiane Dorner und Daniel Pfurtscheller

Zusammenfassung

Seit dem Ende der 1990er Jahre nimmt die Zahl der privaten Fernsehveranstalter in Tirol zu, mittlerweile gibt es ein beachtliches Angebot von Lokalsendern. Der Beitrag stellt die Lokale Fernsehlandschaft in Tirol vor und beschreibt typische Formen, Inhalte und Funktionen des Mediums Lokalfernsehen. Dabei werden zwei Ziele verfolgt: Lokales Fernsehen soll als Medienangebot erstens räumlich-regional im ‚Medienraum Tirol' verortet und als Mediengattung zweitens theoretisch-systematisch in Verhältnis zu anderen Angeboten der österreichischen Medienlandschaft gesetzt werden. Für die Entwicklung bedeutsame Faktoren werden ebenso angesprochen wie Entstehungs- und Produktionsbedingungen, Sendestrukturen und Distributionswege.

Einführung

Menschen haben ein großes Bedürfnis nach lokaler Information – man will wissen, was um einen herum passiert. An diesem Grundbedürfnis hat sich wenig geändert, Lokaljournalismus ist gefragt und ein wichtiges Arbeitsfeld (vgl. Kretzschmar/Möhring/Timmermann 2009), heute mehr denn je. Zwar verspricht eine digital vernetzte Welt einerseits die Möglichkeit einfachen Zugriffs auf Informationen und Nachrichten aus den weltweit unterschiedlichsten Gesellschaftsbereichen; eine globalisierte Welt, wo alles mit allem zusammenhängt, birgt als „Risikogesellschaft" (Beck 1986) andererseits auch das Potenzial einer Verunsicherung individueller und kultureller Identitäten. Hier verspricht die lokale ‚Nahwelt' Sicherheit und Verlässlichkeit: ein Bereich, der verständlich und durchschaubar erscheint, weil man seine Eigenschaften, Bewohner, Topografie und Geschichte kennt; ein Raum, in dem man handelnd tätig wird, den man persönlich ‚durchdringt' – und über den man daher informiert sein will.

Als Vermittler des Lokalen bekommen traditionelle Lokal- und Regionalmedien, wie Radio und Zeitung, aus unterschiedlichen Gründen Konkurrenz. Nicht zuletzt haben sich Bedürfnisse und Ansprüche der Rezipientinnen und Rezipienten an lokale Berichterstattung gewandelt: Man interessiert sich zwar für lokale Informationen der Regionalradios, kann aber ‚volkstümlicher' Schlagermusik nichts abgewinnen; man möchte über das Schirennen der Kinder im Ort nicht nur einen Bericht im Regionalteil der Zeitung lesen, sondern etwas ‚zum Anschauen' haben. Und auch (Klein-)Unternehmen suchen nach immer neuen (und günstigen) Möglichkeiten, potenzielle Kunden vor Ort mit Werbung zu erreichen: aktuelle Angebote, lokale Veranstaltungen und Feste sollen nicht nur mit Plakaten und Anzeigen, sondern z.B. auch mit Werbespots angekündigt werden.

Diese ‚Lücken' im Medienraum werden zum Teil von Sozialen Netzwerken, Videoplattformen (YouTube) und Weblogs gefüllt, mit denen das Internet einfache Möglichkeiten einer Vernetzung nicht nur im globalen, sondern auch im lokalen Raum bietet (vgl. Wiesinger in diesem

Band). Es müssen aber nicht immer gänzlich ‚neue' Medien sein: Auch das Lokalfernsehen ist – zumindest in Österreich – eine relativ junge Mediengattung. Welche Bedeutung hat das Lokalfernsehen für den regionalen Raum Tirol? Was leistet es im Vergleich zu anderen Medienangeboten? Um diese Fragen soll es im Folgenden gehen.

Konkret fokussieren wir damit zwei Aspekte des schillernden Begriffs ‚Medienraum': Im ersten Teil betrachten wir *Raum* in seiner eigentlichen Bedeutung (als geografisch-politisches Gebiet, das unter einem bestimmten Aspekt als regionale Einheit verstanden wird). Hier geht es um die Frage, wie es mit dem Lokalfernsehen im ‚Tiroler Raum' als Region steht. Im zweiten Teil steht die metaphorische Bedeutung von *Raum* (ein Bereich als Wirkungsfeld) im Vordergrund: der ‚Medienraum Tirol' als System unterschiedlicher Medienangebote, -formen und -gattungen. In welchem Verhältnis steht Lokales Fernsehen zu all den anderen Angeboten?

Lokales Fernsehen im „Raum Tirol"

Im Zuge einer explorativen Pilotstudie haben wir die Lokalen Fernsehsender in Tirol erhoben, ihre Inhalte und Themen untersucht und mit einigen Produzenten Interviews durchgeführt. Um den Untersuchungsgegenstand ‚Lokales Fernsehen' genauer zu definieren, gehen wir von folgenden heuristischen Kriterien aus (vgl. auch Wippersberg/Dietrich 2007, S.19): Lokale Fernsehsender sind

1. private Programmveranstalter,
2. deren Programm nur lokal (das heißt nicht österreichweit) empfangbar ist
3. und über reine Ankündigungen und Programmhinweise hinausgeht;
4. der Distributionsweg ist nicht entscheidend (Kabel, Satellit, digitale Terrestrik). Reine Online-Angebote (Videoblogs, -streams) schließen wir aber aus.

Demnach sind der öffentlich-rechtliche Rundfunk und Sendungen der Landesstudios (z.B. *Tirol Heute*) nicht Gegenstand dieser Studie (Kriterium 1), ebenso wenig österreichweit empfangbare Privatsender *ATV*, *ATV 2*, *Servus TV* (Kriterium 2). Ferner werden mit Kriterium 3 typische Sendeformen ausgeschlossen, die bis auf Ankündigungen (üblicherweise statische Bildstrecken mit Musikuntermalung), Wetterbildern u.Ä. keine anderen Programminhalte verfügen (wie das z.B. bei *Rinn TV* oder dem *Wetterpanorama der Bergbahn Kitzbühel* der Fall ist). Von der Betrachtung ausgeschlossen bleiben weiters Angebote, die nur im Internet vertreten sind (Kriterium 4); ohne regelmäßiges Programm haben sie eher den Charakter eines Video-Blogs (ein lokales Beispiel ist das ‚Internetfernsehen' *Schwaz TV*, vgl. http://www.schwaz-tv.at).

Wie viele Lokalsender gibt es nun in Tirol? Die Kommunikationsbehörde Austria (*KommAustria*), die seit ihrer Gründung im Jahr 2002 unter anderem auch für die Regulierung von Privatfernsehen und -radio zuständig ist, führt ein Verzeichnis aller Fernsehveranstalter, die ihre Tätigkeit der *KommAustria* angezeigt haben. In diesem Verzeichnis sind für das Sendegebiet Tirol 13 Veranstalter mit insgesamt 20 Programmen aufgeführt (vgl. RTR 2013). Sieht man von offensichtlichen Dubletten ab und berücksichtigt die genannten Definitionskri-

Programm	Betreiberfirma (Geschäftsführer)	Gründungsjahr	Distributionsweg und Verbreitungsgebiet
HeliTV	Ing. Dablander GmbH (Helmut Dablander)	1998	Kabel Silz, Mötz
Imst TV	Imst Film (Manfred Siegl) [wurde 1997–2004 von den Stadtwerken Imst produziert]	1997	Kabel Imst und Umgebung
***KBTV**	Richard Steinbacher	2009	Kabel Kundl und Umgebung
Kitz-TV	Stadtwerke Kitzbühel	1997	Kabel Kitzbühel
Landeck TV	Huber TV GmbH (Karl-Heinz Huber)	1997	Kabel Landeck, Zams MUX C (Tiroler Oberland)
***Lech Zürs TV**	FLATOUT.sports – marketing & media GmbH (Bernd Hupfauf)	2012	?
Munde TV	Imst Film (Manfred Siegl)	2008	Kabel Telfs und Umgebung
Oberland TV	Imst Film (Manfred Siegl)	2009	MUX C (Tiroler Oberland)
Pitztal TV	Imst Film (Manfred Siegl)	2007	Kabel Pitztalnet
RE/eins	4M Digital Media OG (Marco und Mario Schwaiger)	2009	Kabelnetz der Ortsantennenbau Außerfern MUX C (weite Teile der Region Außerfern)
***Regio-TV Kufstein**	Richard Steinbacher	2012	Kabel Kufstein
Seefeld TV	Rabemedia GmbH (Bernhard Rangger)	2012	Kabelnetz Seefeld
Tirol TV	RSL tirol tv Filmproduktion GmbH (Siegfried Kittinger)	2003	Kabel Tirol MUX C Innsbruck und Umgebung Satellit Astra digital

Tabelle 1: *Private Fernsehveranstalter in Tirol*

terien, bleiben zehn Programme übrig, die man als Lokales Fernsehen im engeren Sinn bezeichnen kann. Zusätzlich haben unsere Recherchen drei weitere Programme ausfindig gemacht, die offensichtlich ihre Tätigkeit nicht gemeldet haben. Tabelle 1 gibt eine Übersicht über die lokalen Fernsehsender in Tirol (nicht im Verzeichnis der *KommAustria* aufscheinende Programme sind mit einem Stern gezeichnet).

Die Anzahl der Programme, die mittlerweile in Tirol auf Sendung sind, ist also durchaus beträchtlich und zeugt von einer starken Annahme und Aufmerksamkeit seitens der Rezipientinnen und Rezipienten, angesichts derer die Bedeutung der lokalen Programmveranstalter nicht unterschätzt werden sollte. Die Erforschung des Lokalen Fernsehens in Tirol, seiner Programminhalte und -veranstalter steht aber noch am Anfang.

Bisherige Forschung zum Lokalfernsehen

In Deutschland gibt es eine wissenschaftliche Beschäftigung mit Lokalfernsehen schon recht lange (einen Forschungsüberblick geben Hartung/Fleck 2005). Auch für die Schweiz finden sich mit Burger (1998) und Löffler (1998) frühe Studien. Zentrale Probleme und Herausforde-

rungen, die von der Lokalfernseh-Forschung reflektiert werden, ergeben sich einerseits aus der Unschärfe der

Begriffe *regional* vs. *lokal*, was vom österreichischen Gesetzgeber elegant umgangen wird, indem man im Gesetz von ‚nichtbundesweiten Programmanbietern' spricht (vgl. Wippersberg/Dietrich 2007, S. 22); andererseits aber auch aus der überaus großen Heterogenität der Angebote und der beträchtlichen Dynamik der lokalen Medienlandschaft, die laufenden Veränderungen unterliegt.

In Österreich wurde das Thema Lokalfernsehen von wissenschaftlicher Seite bislang wenig beachtet. Grundlegend ist die Studie im Auftrag der Rundfunk und Telekom Regulierungsbehörde (Wippersberg/Dietrich 2007), deren zentrale Ergebnisse auch in zusammengefasster Form vorliegen (Wippersberg 2007). Darüber hinaus beschäftigen sich nur noch einige Abschlussarbeiten vereinzelt mit Lokalsendern (z.B. Hippacher 1991, Kasché/Kasché 1998, Zwickl 2009, Wagner 2005; zum Tiroler Lokalfernsehen: Keilwert 2008, Schildknecht 2008). Die bislang eher zögerliche Erforschung des Lokalfernsehens ist wenig überraschend, bedenkt man die spezielle Situation der österreichischen Fernsehlandschaft, die von der langen Monopolstellung des *ORF* geprägt war und ist (zum österreichischen Mediensystem vgl. Steinmaurer 2009).

Rechtliche Rahmenbedingungen des Lokalfernsehens

Was eine mögliche Öffnung des Rundfunkmarktes betraf, war die österreichische Politik bekanntlich lange Jahre äußerst passiv. Bis privater Hörfunk und privates Fernsehen 2001 zugelassen wurden, bedurfte es bezeichnenderweise erst einer Ermahnung durch den Europäischen Gerichtshof für Menschenrechte: In seinem Urteil von 1993 sah er das Recht auf freie Meinungsäußerung durch die damalige Monopolstellung des *ORF* verletzt (vgl. Traimer 2012, Ring 2001, S. 7). Österreich öffnete den Rundfunkmarkt damit nicht nur „als letztes Land in Europa" (Steinmaurer 2009, S. 512), sondern „als mutmaßlich letztes Land der zivilisierten Welt" (Fidler 2008, S. 6).

Während es in den anderen deutschsprachigen Ländern Lokalfernsehen schon seit Anfang der 1970er und 1980er gibt, hat die späte Liberalisierung des Rundfunks in Österreich dazu geführt, dass private Programme erst Mitte der 1990er Jahre auf Sendung gehen können – und das vorerst ausschließlich im Kabelnetz. Mit dem Kabel- und Satelliten-Rundfunkgesetz (1997) wurde dafür die rechtliche Grundlage geschaffen. In dieser Zeit entstehen dann auch die ersten Lokalsender in Tirol.

Die vollständige Öffnung des Fernsehmarktes erfolgt erst mit dem Privatfernsehgesetz (PrTV-G), das seit 01.08.2001 in der geltenden Fassung in Kraft ist und die gesetzliche Grundlage für privates Fernsehen und damit auch für lokale Fernsehanbieter bildet (vgl. Steinmaurer 2009, S. 511, Wippersberg/Dietrich 2007, S. 28). Bis der Privatsender österreichweit empfangbar ist, dauert es zwei weitere Jahre: 2003 geht mit *ATVplus* (heute *ATV*) das dritte bundesweite Programm auf Sendung. Begonnen hat auch *ATV* als Lokalsender: unter dem Namen *Wien 1* (W1)

war man ab 1997 im Wiener Kabelnetz auf Sendung (später war der Sender auch im Rahmen von *Premiere* über Satellit empfangbar).

Im Umkreis der Lokalsender war es zuvor mitunter schon zu skurrilen Szenen gekommen: Am 25. Oktober 2000 hatte *Salzburg TV* als erster privater TV-Sender in Österreich einen terrestrischen Sender in Betrieb genommen, der jedoch bereits nach fünf Tagen von Beamten der Funküberwachung als Piratensender eingestuft, abgeschaltet und beschlagnahmt wurde. Um gegen diese Maßnahme zu protestieren, trat der Leiter von *Salzburg TV*, Ferdinand Wegscheider, für zwei Wochen in Hungerstreik, um auf die Situation aufmerksam zu machen (vgl. Hillebrand 2012). Im Jahr 2005 übernahm das *Red Bull Media House GmbH* die Mehrheit an dem Lokalsender *Salzburg TV* und baute darauf den überregionalen Privatsender *Servus TV* auf.

Technische Voraussetzungen und Distributionswege

Die technischen Voraussetzungen für die Verbreitung lokalen Fernsehens waren mit Aufkommen des Kabelfernsehens Ende der 1970er Jahre schon länger gegeben, der größte Tiroler Anbieter *Telesystem Tirol* nahm 1977 den Probebetrieb auf. Die meisten lokalen Fernsehanbieter verbreiten ihr Programm auch heute noch über Kabelnetze (vgl. Tabelle 1), da es einen relativ einfachen Weg der Übertragung darstellt. Eine Anzeige bei den betroffenen Gemeinden reicht aus, es braucht kein (aufwändiges) Zulassungsverfahren (vgl. Kabel- und Satelliten-Rundfunkgesetz 1997, §4). Zudem gibt es meistens Kooperationen mit den Kabelnetzbetreibern (in der Regel Elektrofachgeschäfte), für die Lokalprogramme eine große Bereicherung des Programmangebots darstellen und damit ein *unique selling point* zum (günstigeren) Satellitenfernsehen sind (vgl. Wippersberg/Dietrich 2007, S. 31).

Die Möglichkeit digital-terrestrischer Distribution (DVB-T) nutzen in Tirol drei Lokalsender: das *Oberländer Lokalfernsehen OTV* (vgl. *KommAustria* 2008), *RE/eins* in weiten Teilen des Außerferns und *Tirol TV* im Großraum Innsbruck. Diese Distributionsart hat den Vorteil, dass kein zusätzlicher Kabel- oder Satellitenanschluss vorhanden sein muss (vgl. Reimers 2002). Nachdem DVB-T 2006 flächendeckend eingeführt wurde, kann man heute mit jedem Fernsehgerät, das den *ORF* empfängt, auch die lokalen Angebote nutzen.

Finanzierung und Sonderwerbeformen

Was die Finanzierung von lokalen Fernsehprogrammen angeht, erfolgt diese ausschließlich über Werbung, Sponsoring und Product Placement für lokale Firmen und Veranstaltungen. Daneben stellen sogenannte „PR-Berichte“ eine beliebte Möglichkeit der Finanzierung dar. Darunter versteht man Beiträge gegen Gebühr, die als Sonderwerbeformen auch auf den Homepages der Sender als „Wirtschaftsreportagen“ oder „Editorials“ angeboten werden. Das sind mitunter heikle Mischformen, bei denen die Trennung von Werbung und redaktionellem Inhalt oft nicht augenscheinlich ist (vgl. Wippersberg/Dietrich 2007, S. 91). In Selbstdarstellungen wird zwar eine Abgrenzung zur Werbung versucht, was aber mitunter bemüht wirkt: Beispielsweise heißt es auf der Homepage von *Lech-Zürs-TV*, ein Unternehmensbericht sei

„kein konventioneller Werbespot, sondern ein redaktionell positiv aufbereiteter Sendungsbeitrag“ (http://www.lechzuers.tv/werbepreise.htm, abgerufen am 30.04.2013).

Eine weitere ‚originelle‘ Werbeform, die für Lokalfernsehen als durchaus typisch gelten kann, ist die Sendungsmoderation beim Kunden: Dabei wird eine Sendung direkt im Unternehmen aufgezeichnet (z.B. im Baumarkt, Sportgeschäft oder im Blumenladen); zwischen der Moderation der einzelnen Sendungsbeiträge werden Produkte oder Dienstleistungen vorgestellt und beworben, meist in Form von Interviews mit Geschäftsführerinnen und Geschäftsführern oder Verkäuferinnen und Verkäufern.

Produzenten: Motive und Ziele

Kommen wir zu den Fernsehmachern. Im Zuge der Pilotstudie haben wir mit Verantwortlichen von drei Sendern Leitfadeninterviews geführt. Betrachtet man Arbeitssituation und Produktionsbedingungen, lassen sich zwei Gruppen von Lokalen Fernsehveranstaltern unterscheiden: Die einen sind unternehmerisch motiviert. Für sie ist das private Fernsehen die zentrale Aufgabe und sie müssen dieses Unternehmen wirtschaftlich rentabel führen; besonders in Tirol gibt es hier auch einen engen Zusammenhang mit dem Tourismus (Stichwort: Hotelfernsehen). Die anderen sind idealistisch motiviert und betreiben das Lokalfernsehen eher als Hobby oder als Nebenbeschäftigung zu einer (meist inhaltlich verwandten) Haupttätigkeit (vgl. Wippersberg/Dietrich 2007, S. 60).

Trotz unterschiedlicher Arbeitssituationen haben die Produzenten als Kernbereich ihrer Arbeit ein sehr homogenes Ziel: die Versorgung der lokalen Bevölkerung mit lokaler Information. Die Stärke des Lokalfernsehens liegt laut Produzenten in der „positiven chronikalen Berichterstattung“ (Kommunikator 1), das Programm wird als das „mediale Tagebuch der Region“ (Kommunikator 2) gesehen. Negative Berichterstattung wird größtenteils verweigert und den Tagesmedien überlassen. Das habe jedoch weniger moralische Gründe, sondern ergebe sich aus der geringen Aktualität des Mediums. Man versucht sich aber dadurch auch von den anderen Medien abzugrenzen. Lokalfernsehen eigne sich nicht gut als Bühne für öffentliche Konflikte, sondern ist „Wohlfühlfernsehen“ (Kommunikator 3).

Als weitere Stärke des Mediums wird das Sehen-und-gesehen-werden genannt: Lokales Fernsehen könne eine Vielzahl von Personen ins Bild bringen, man sieht Bekannte, die Nachbarn, die Freunde oder Familie – und idealerweise sogar sich selbst. Mit dieser Einschätzung liegen die Produzenten durchaus richtig: Das Sehen von bekannten Gesichtern wird als ein Hauptmotiv für die Nutzung von Lokalem Fernsehen genannt (vgl. Wippersberg/Dietrich 2007, S. 116).

Rückmeldungen auf ihre Sendungen erhalten die Verantwortlichen üblicherweise sehr direkt, bei Kontakten mit den Zuschauerinnen und Zuschauern auf Veranstaltungen oder der Straße. Üblicherweise ist hier die Hemmschwelle äußerst niedrig, weil man sich ja meist persönlich kennt. Rückmeldungen betreffen häufig die Moderatorinnen und Moderatoren, deren Frisur, Kleidung und Sprache.

Inhalte: Themen und Formate

Besonders charakteristisch für die Form lokaler Programmangebote ist das sogenannte Repeat-Format, also die mehrmalige Ausstrahlung eines Programmblocks pro Tag, meist über eine Woche. Die mehrfache Ausstrahlung über einen längeren Zeitraum hinweg bietet den Zusehern die Möglichkeit, das Programm zu besprechen und weiterzuempfehlen, solange es noch gesendet wird – was, wie die Rezipientenforschung gezeigt hat, auch gemacht wird. Das Repeat-Format ist zudem auch für die Werbung vorteilhaft.

Die Inhalte von lokalen Fernsehprogrammen weisen ein gemeinsames Merkmal auf, das charakteristisch für diese Medienangebote ist: Sowohl redaktionelle Inhalte als auch Werbung haben beinahe ausschließlich lokalen Bezug. Die meisten lokalen Programmanbieter senden keine tagesaktuellen Inhalte (und könnten aufgrund ihres wöchentlichen Sendeschemas auch gar nicht). Es gibt daher keine negativen Nachrichten oder Berichte über Unfälle und Katastrophen. Bis auf diese Einschränkung ist die Themenvielfalt der Beiträge recht hoch, sodass auch für das Tiroler Lokalfernsehen von einer „lokalen Universalität“ (Wippersberg/Dietrich 2007, S. 78) der Themen gesprochen werden kann.

Was die Sprache betrifft, ist das Ergebnis der RTR-Studie, wonach sowohl in den Beiträgen, als auch in der Moderation sehr wenig dialektale Varianten vorkamen (vgl. Wippersberg/Dietrich 2007, S. 93), für das Tiroler Lokalfernsehen in dieser Eindeutigkeit wohl nicht zutreffend. Hier gibt es mehr dialektale Sprache, auch in den Moderationen. Die genaue Verteilung der sprachlichen Varietäten wäre jedoch nur mit einer genauen quantitativen Analyse zu klären. Eine solche Untersuchung steht noch aus, wäre aber sicher durchaus lohnend.

Rezipientinnen und Rezipienten: Nutzen und Nutzung

Für die lokale Bevölkerung ergibt sich ein spezifischer Nutzen, den nur ein lokales Medium erfüllen kann: Man erfährt das, was im überschaubaren Lebensbereich des Einzelnen von besonderer Wichtigkeit ist. Insofern hat Lokales Fernsehen aus Sicht der Rezipientinnen und Rezipienten eine hohe Relevanz und Akzeptanz. Da wir im Zuge der Pilotstudie keine Befragung der Seherinnen und Seher durchführen konnten, verweisen wir auf die Ergebnisse der Studie von Wippersberg/Dietrich (2007).

Hier seien nur zwei Leistungen hervorgehoben. Lokalfernsehen bietet medial vermittelte Anlässe für Klatsch als eine Sonderform der Anschlusskommunikation, bei denen die zuerst medial vermittelten und dann real beklatschten Personen häufig auch persönlich bekannt sind, was üblicherweise untypisch für medial vermittelten Klatsch ist. Damit ermöglicht Lokalfernsehen eine besondere Form von Beziehungen zu medial vermittelten Personen, da die gesehenen Personen nicht nur aus dem Fernsehen bekannt sind, wie das bei para-sozialen Beziehungen üblich ist (vgl. Horton/Wohl 1956), sondern auch aus dem realen Leben. Und nicht zuletzt bietet Lokalfernsehen die Chance auf Präsenz der eigenen Person im Fernsehen, die im bundes- oder landesweiten TV üblicherweise nicht sehr hoch ist.

Zwischenfazit

Trotz der durch die Medien geförderten Internationalisierung zeigt das Lokalfernsehen, wie groß die Bedeutung des lokalen Nahraums für den Einzelnen ist. Es spiegelt die Vielfalt jener Ereignisse wider, die im überschaubaren Lebensbereich des Einzelnen von besonderer Wichtigkeit sind. Weil Lokalfernsehen Wissen über die unmittelbare Lebenswelt vermittelt, trägt es zur medialen Konstruktion regionaler Identitäten bei. Der Medienraum spiegelt somit auch den Tiroler Raum wider und umgekehrt.

Lokales Fernsehen im „Medienraum“

Wodurch zeichnet sich das Medium Lokalfernsehen aus? Welche Position nimmt es in der Medienwelt ein? Versucht es das traditionelle Fernsehen nachzuahmen, oder schlägt Lokalfernsehen eine eigene Kommunikationsstrategie ein? Um all diese Fragen beantworten zu können, gilt es, verschiedene Charakteristika der Sender und Sendungen genauer zu beleuchten und mit anderen Medien zu vergleichen.

Im Weiteren sollen die Sender vom medientechnischen Standpunkt aus betrachtet werden. Um das Medium Lokalfernsehen beschreiben zu können, müssen auch die Produktionsbedingungen der Sender, Distributionswege und Sendestrukturen genauer betrachtet werden. Wesentliche Faktoren, die das Medium Lokalfernsehen prägen, sind vor allem die Bedingungen, die zur Entstehungszeit der Lokalsender herrschten.

Technische Randbedingungen

Die Geburtsstunden der untersuchten Lokalsender lassen sich alle um die letzte Jahrtausendwende datieren. Als Ursachen für diese – verglichen mit dem Aufkommen des öffentlich-rechtlichen Fernsehens in Österreich – späte Entstehungszeit, sind vor allem die oben genannten rechtlichen Hintergründe zu nennen. Allerdings sind zu dieser Zeit ebenso enorme technische Entwicklungen, vor allem im semiprofessionellen Produktionsbereich, sowie die Einflüsse des Internets und der vom Internet abhängigen, neuen journalistischen Möglichkeiten sehr prägend für das neue Medium Lokalfernsehen.

Technologische Innovationen im Bereich der Videoproduktion

In den letzen 30 Jahren lässt sich nicht nur ein enormer technischer Fortschritt im Kommunikationsbereich beobachten, sondern auch eine gewisse Konvergenz zwischen den professionellen und den semiprofessionellen Produktionssektoren.

In den 1980er Jahren, den Jahren der Digitalisierung, kam durch die Erfindung des Betacam-Verfahrens von *Sony* das erste digitale Kassettensystem auf den Markt, das den professionellen Ansprüchen genügte (vgl. Schmidt 2003). Daraufhin waren die 1990er Jahre bestimmt von der Entwicklung digitaler Videoaufzeichnungsverfahren: zunächst auf Magnetband, später

bandlos. Zu dieser Zeit wurden noch unterschiedliche Systeme für den professionellen Sektor und für den Massenmarkt entwickelt.

Ein privater Sektor im Videobereich etablierte sich etwa 1975 mit dem Aufkommen von preiswerten Videorekordern. Somit entstand nicht nur ein Markt für Programmverteilung mittels Kassetten, sondern auch ein semiprofessioneller Produktionssektor (z.B. für Schulungsvideos, die im kleinen Rahmen verbreitet wurden.) Rein für den privaten Bereich wurde 1984 das Format Video8 eingeführt, damals das dominierende Camcorder-Format im Amateurbereich, das später auf das Format HI8 mit einem größeren Frequenzbereich verbessert wurde. Für diesen aufkommenden semiprofessionellen Produktionssektor wurden nun eigene Geräte konzipiert, bei denen vor allem einfache Handhabung und preiswerte Anschaffung im Vordergrund standen. Der professionelle Sektor orientierte sich zu dieser Zeit höchstens an der Kompaktheit der Amateurgeräte, die Aufzeichnungsformate sollten aber qualitativ in eine ganz andere Klasse vorstoßen (vgl. Schmidt 2003) und wurden trotz technischer Ähnlichkeit viel aufwändiger und teurer gefertigt. Somit war für den Laien der Zugang zu professionellem Equipment schwierig und die Möglichkeit, hochqualitativ zu produzieren, noch nicht gegeben.

In den 1990er Jahren brachte *Sony* schließlich auch eine Typenreihe des Betacam SP-Systems zum halben Preis für den semiprofessionellen Sektor heraus, die 1995 nochmals vereinfacht und im Preis halbiert wurde. Diese Geräte waren äußerlich einfacher gestaltet, boten aber alle Standardfunktionen und ließen sich vor allem bereits in professionelle Schnittsysteme einbinden. Auch wurde seit Ende der 1980er Jahre nach digitalen Formaten für den Heimanwenderbereich gesucht. Diese Suche führte schließlich zur Entwicklung der DV-Datenreduktion. Diese 1995 entwickelte Art der Digitalisierung für den Consumer-Bereich hatte nun eine weitere wichtige Rückwirkung auf den professionellen Sektor.

Weitere, auf diesem System basierende Formate wurden entwickelt, die neben dem Einsatz für Heimanwender auch bereits für den Einsatz im einfachen News-Bereich und für verschiedene Produktionen verwendet wurden. Zwar wurde das DV-Format vor allem für kompakte Geräte konzipiert, die Signalspezifikationen kamen aber an den professionellen Bereich schon sehr nah heran. Weiters wurde dieses Datenreduktionsverfahren so standardisiert, dass es für ganze Produktionskomplexe zum Einsatz kommen konnte. Hier wurde die erste Brücke zwischen dem professionellen Sektor und dem Consumer-Bereich geschlagen.

Für den professionellen Bereich wurden die Formate DVCAM (*Sony*) und DVCPRO (*Panasonic*) entwickelt, die allerdings bereits abwärtskompatibel gebaut wurden, das heißt auch die DV-Formate des Consumer-Bereiches und des semiprofessionellen Sektors lesen und verarbeiten konnten.

Als nächster großer Schritt in der Entwicklung der Videoformate setzten sich dann schließlich HD-Formate durch. Anfangs war das HDCAM-Format von *Sony* konkurrenzlos, sehr erfolgreich, aber auch recht teuer. Allerdings verfügte dieses Format über eine doppelt so hohe Datenrate wie die bisherigen Formate, und wurde plötzlich für hochwertige Produktionen, auch im Bereich des digitalen Films, brauchbar.

Hier wurde bereits parallel zum HDCAM-Format an einem Format für den Consumer-Bereich gearbeitet. Die Grundidee war, die Geräte des erfolgreichen DV-Formats HD-tauglich zu machen, die Preise sollten aber für den Privatbereich erschwinglich bleiben. Die Antwort war das HDV-Format, das eine relativ gute Qualität erreichte und sich sehr schnell verbreitete.

Da diese Geräte auch noch preisgünstig waren, wurde seit der Erfindung des HDV auch immer öfter versucht, diese für den Heimbedarf konzipierten Geräte im professionellen Sektor einzusetzen. Somit führte die Einführung des HDV-Formats zu dem Ergebnis, dass – obwohl für den Consumer-Sektor konzipiert – bald Versionen für den professionellen Sektor geschaffen wurden. Dies führte dazu, dass es heute nicht nur ein akzeptiertes Broadcastformat, sondern sogar das meistverkaufte Digitalformat im semiprofessionellen Sektor geworden ist.

Im Weiteren wurden die Speichermedien und auch die Schnittstellen verbessert. Gleichzeitig änderten sich auch die Möglichkeiten im Videoschnitt durch die Digitalisierung im Consumer-Bereich und die Entwicklungen im IT-Bereich enorm. Aufgrund der starken Steigerung der Leistungsfähigkeit von Heimcomputern war es plötzlich möglich, die Videosignale am privaten Rechner weiterzuverarbeiten. Seit 99/2000 hat mit Windows ME bzw. Windows 2000 oder Mac OS X beinahe jeder Haushalt ein Videoschnittprogramm zuhause, und auch die Hardware war inzwischen so weit, dass es sehr einfach möglich war, das eigene Videomaterial zu importieren, zu bearbeiten und zu exportieren. In den vergangenen Jahren wurde eine Vielzahl an unterschiedlicher Software produziert, die speziell auf die Bedürfnisse und Möglichkeiten interessierter Laien abgestimmt wurde.

So können heute vom Heim-PC aus bereits Videos in Kinoqualität produziert werden. Schnitt, Effektbearbeitung sowie Farbkorrekturen stellen keine Schwierigkeiten mehr dar. Man kann also insgesamt eine zunehmende Konvergenz unterschiedlicher Medientypen zwischen dem professionellen und dem Consumer-Sektor beobachten, vom Film bis zum Handy-Video (vgl. Schmidt, 2003).

Diese Entwicklungen hatten enormen Einfluss auf die Produktionsbedingungen der Lokalsender, da sie einfaches, billiges und unkompliziertes Produzieren ermöglichen. Plötzlich war eine kostengünstige Anschaffung von kompakten und einfachen Geräten möglich, deren Qualität sehr nahe an professionelle Formate herankam. Weiters konnte die Handhabung der Geräte und Schnittprogramme leicht erlernt werden. Aber nicht nur Lokalsender reagieren auf diese Entwicklungen, sondern die Medienwelt im Allgemeinen. Im TV-Produktionsbereich entsteht ein neues Berufsbild: Videojournalistinnen und -journalisten, die als Ein-Personen-Team komplette Beiträge erstellen und dabei ein ganzes Team, das bisher in der Regel aus Redakteur/in, Kameramann/frau, Tonassistent/in und Cutter/in besteht, ersetzen soll. Ausbildungen zum/r Videojournalist/in werden als Studiengänge angeboten, der Inhalt der Ausbildung ist Allroundwissen von der Aufnahme über Schnitt bis hin zu journalistischen Kenntnissen. Dieses Berufsbild hat sich in der Zwischenzeit in nahezu allen Sendern etabliert und wird sogar vom Journalistenverband akzeptiert (vgl. Petek-Dinges 2012).

Über Vor- und Nachteile des Aufkommens der Videojournalistinnen und -journalisten und Vorwürfe wie mangelnde Qualität oder geplante Sparmaßnahmen wird häufig und heftig dis-

kutiert. Ebenso über Vor- und Nachteile als Einzelperson mit kleiner Kamera oder als Team mit hochprofessionellem Equipment an einem Beitrag zu arbeiten. Dabei scheinen Videojournalistinnen und -journalisten gerade im Bereich Politik und auf Pressekonferenzen benachteiligt zu sein, da es zu schwierig ist, sich auf Bild, Ton, einen guten Platz und das Finden von Interviewpartnern gleichzeitig zu konzentrieren (vgl. Petek-Dinges 2012). Dagegen punkten sie im regionalen Bereich, wo vor allem Bürgernähe im Vordergrund steht.

Produktionsbedingungen der Lokalsender

Was bedeutet nun diese Entwicklung für die Lokalsender? Diese profitieren vor allem von der Leichtigkeit, kostengünstiges, aber qualitativ ausreichendes Equipment zu besorgen.

Die Geräte wurden nicht nur in Hinblick auf die Qualität, sondern auch auf die Handhabung verbessert und können schnell erlernt werden. So war es nicht mehr notwendig ein Produktionsteam aus professionell ausgebildeten Fachkräften zusammenzustellen, sondern man konnte nun auch sehr einfach semiprofessionelle, interessierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ausrüsten und das Nötigste mit Einführungen und Workshops vermitteln.

Somit ist der Pool an Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern nun nicht mehr nur auf ausgebildete Filmschaffende und Journalistinnen und Journalisten beschränkt, sondern eröffnet interessierten Bürgerjournalistinnen und -journalisten die Möglichkeiten, eigene Beiträge zu gestalten und zu produzieren.

Diese Möglichkeit wurde von den lokalen Sendern aufgegriffen und es wurde sogar bewusst entschieden, einen Schritt weg von der Professionalität hin zum ambitionierten Laienjournalismus zu machen.

Solch eine Entscheidung kommt nicht nur dem Budget zugute. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter können nun aufgrund von Aspekten wie dem eigenen Bezug zur Region und dem Engagement, in Selbstinitiative Beiträge über und für die Region zu erstellen, ins Team geholt werden. Aus den Gesprächen mit den Produzenten der Sender geht deutlich hervor, dass die Gestalterinnen und Gestalter der Beiträge sogar angehalten werden, mit einfachsten Mitteln zu arbeiten und möglichst günstig und schnell zu produzieren. Vorgaben in der Gestaltung werden nicht sehr streng behandelt, was den Produzenten wiederum viel Freiheit und Möglichkeiten für Experimente einräumt. Gestaltungskriterien oder strenge journalistische Vorgehensweisen stehen weniger im Vordergrund. Der regionale Bezug und die Bedeutung der Themen für die Rezipientinnen und Rezipienten einerseits sowie für die Werbekundschaft andererseits entscheiden darüber, ob ein Beitrag den Weg in eine Sendung findet oder nicht. Somit wird zu einem wichtigen Statement der Sender: Wir aus der Region produzieren für uns, für unsere Region. Qualitative Unterschiede zu professionellen Produktionen scheinen dieses Statement noch zu unterstreichen. Typische Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Lokalsendern sind also keine ausgebildeten Fachkräfte, sondern engagierte Bürgerjournalistinnen und -journalisten, die vor allem durch Eigeninitiative und regionalen Bezug punkten.

Diese klare Positionierung spiegelt sich auch in der Organisation der Sender wider. Es sind an den Sendern wenige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter fest angestellt, der Großteil arbeitet freiberuflich auf Honorarbasis oder ist nebenberuflich bei den Sendern beschäftigt, was aber quer durch die Medienlandschaft ebenso im professionellen Sektor zum Usus zu werden scheint.

Lokalsender verfügen nicht über übermäßig viel Budget. Für einen Beitrag stehen, je nach Sender, zwischen 35 und 60 Euro oder 250 bis 500 Euro zur Verfügung. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind meist Allrounder, das heißt, sie schlagen Themen vor, organisieren Drehtermine, fahren zu den Drehorten, konzipieren und schneiden die Beiträge, texten und vertonen und liefern den fertigen Beitrag beim Sender ab oder laden ihn via Internet auf den Server des Senders. Manche Sender, die mehr Budget zur Verfügung haben, können größere Teams an einem Beitrag arbeiten lassen, zum Beispiel können die Arbeitsschritte Schnitt und Kamera von verschiedenen Personen erledigt werden, aber die meisten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind hier universell einsetzbar.

Betrachtet man nun den Arbeitsaufwand, der für die Erstellung eines Beitrags notwendig ist, und das den Sendern mögliche Honorar, das die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für einen Beitrag bekommen, wird schnell deutlich, dass dies in keinem realistischen Verhältnis steht. Das Honorar ist somit vermutlich nicht der Motor die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zum Einsatz für den Sender zu motivieren. Um die Motive genauer zu erkunden, wäre eine konkrete Befragung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Lokalsender notwendig.

Ein stärkerer Antrieb dürfte hier Interesse und Eigeninitiative der engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sein. Es gibt relativ wenige Vorgaben, was Beitragslänge und Gestaltung betrifft. Die Produzenten haben hier auch sehr viele Freiheiten, können experimentieren und persönliche Noten in die Beiträge bringen. Beachtet man diese Faktoren, lässt sich auch das oben dargestellte Themenspektrum der Beiträge und die Art und Weise, wie Themen behandelt werden, die sich in vieler Hinsicht von anderen regionalen und überregionalen Medien unterscheidet, erklären.

Distributionswege und Archivierung

Ein weiteres Merkmal von Lokalem Fernsehen ist der Aufbau und die Ausstrahlungsperioden der Sendungen. Durch das oben beschriebene Repeat-Format hat der/die Rezipient/in innerhalb eines bestimmten Zeitfensters (von z.B. einer Woche) Gelegenheit, je nach persönlicher Zeiteinteilung den Fernseher einzuschalten und in das Programm einzusteigen. Der Einstiegspunkt muss nicht zu Programmbeginn sein. Nachdem man der Sendung eine gewisse Zeit lang Aufmerksamkeit geschenkt hat, kommt man wieder zum Ausgangspunkt zurück und hat die gesamte Sendung gesehen. Bei Bedarf kann man dies wiederholen oder sich nur einzelne Passagen nochmals anschauen. Diese Art der Rezeption erinnert wiederum eher an die Rezeption von Wochenzeitungen, die man dann aufschlägt, wenn man Zeit dafür hat, sich dann einen gewissen Zeitraum mit den Artikeln beschäftigt oder einzelne Passagen nochmal lesen kann.

Es kann praktisch *on demand* auf das Wochenprogramm zugegriffen werden. Nicht auf die einzelnen Beiträge, aber auf das Programm.

Hier unterscheidet sich Lokalfernsehen eindeutig von überregionalen Angeboten, was das Publikum laut den Aussagen der Produzenten auch begrüßt. *RE1* hat, wie wir im Interview mit den Produzenten erfahren haben, bereits mit anderen Konzepten, mit zeitnaher Berichterstattung und mit Live-Elementen experimentiert. Solche neuen Konzepte konnten sich allerdings aufgrund von Ablehnung seitens der Zuschauerinnen und Zuschauer nicht durchsetzen. Sie wollen das gewohnte Konzept der Wochensendung in Schleife und verzeihen dafür auch, dass Beiträge nicht topaktuell sind. Das Medium Lokalfernsehen zeichnet sich nicht durch Aktualität aus, sondern durch das periodische Wiederholen der Sendungen.

Neben dem Distributionsweg über DVB-T, Kabel- oder Satellitennetz haben Lokalsender sehr früh auch das Internet als Plattform zur Verbreitung und Archivierung der Beiträge entdeckt. Da das Internet durch die seit 1994/95 deutlich ausgebaute Infrastruktur und die plötzlich erschwingliche Hard- und Software für Rezeption und Produktion (vgl. Neuberger/Quandt 2010) an enormer Bedeutung für den Journalismus gewonnen hat, entdeckten auch traditionelle Medien schnell die Notwendigkeit, das Internet als Distributionsweg zu nutzen. Beiträge und ganze Wochenprogramme können ähnlich Videoblogs online gestellt und von den Zuschauerinnen und Zuschauern jederzeit abgerufen werden. Auch wird oft angeboten, sich DVDs mit gewünschten Beiträgen direkt beim Sender zu bestellen. Hier waren die Lokalsender von Anfang an mit dabei, noch bevor überregionale Sender ihre Mediatheken eingerichtet hatten.

Zusammenfassung

Wie wir gesehen haben, unterscheidet sich Lokalfernsehen auf unterschiedliche Weise von anderen (lokal-regionalen) Medienangeboten. Für die Abgrenzung zum überregionalen Fernsehen ist vor allem der Bezug auf einen eng begrenzten, lokalen Raum entscheidend: Beim Lokalfernsehen wird von ambitionierten Journalistinnen und Journalisten aus der Region, über die Region und für die Region berichtet. Im Vordergrund steht dabei weniger die Aktualität und journalistische Qualität, sondern die regionale Nähe und die Selbst(re)präsentation des lokalen Nahraumes und seiner Bewohner. Dabei ist Lokales Fernsehen – gewissermaßen als Fernsehen ‚im Kleinen' – eine Ergänzung zu anderen (lokalen) Medienangebote, mit eigenständigen Inhalten und originärem Nutzen. Die Beiträge werden sowohl mit Hilfe traditioneller Fernsehtechnik in wöchentlicher Folge verbreitet, als auch auf digitalem Weg dauerhaft zur Verfügung gestellt, wodurch die für das Fernsehen sonst typische Flüchtigkeit reduziert wird. Es gibt also Ähnlichkeiten zum überregionalen Fernsehen, aber auch deutliche Anknüpfungspunkte zum Bürgerjournalismus und dem User-Generated-Content neuer Medien. Genauer betrachtet entpuppt sich Lokalfernsehen so nicht als Ableger des überregionalen Fernsehens, sondern als eigenständiges Medium, das nicht nur modernen Trends folgt und diese aufgreift, sondern sie auch mitgestaltet.

Literaturverzeichnis

Beck, Ulrich (1986): *Risikogesellschaft.* Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Burger, Harald (1998): Lokalfernsehen – ein neues Medium? In: Holly, Werner (Hrsg.): *Medien im Wandel.* Opladen [u.a.]: Westdt. Verl., S. 135–156.

Fidler, Harald (2008): *Österreichs Medienwelt von A bis Z.* Wien: Falter Verlag.

Hartung, Thomas & Fleck, Rita (2005): Lokalfernsehen. In: Krömker, Heidi & Klimas, Paul (Hrsg.): *Handbuch Medienproduktion*. Wiesbaden: VS, S. 181–226 (Ungekürzte Ur-Fassung online verfügbar: http://www.dr-thomas-hartung.de/wp-content/uploads /2011/03/Urfassung-TV-Skript.pdf)

Hillebrand, Ralf (2012): „Jedermann TV" stellt Sendebetrieb ein. In: *Salzburger Nachrichten,* 30.04.2012. Abgerufen unter: http://www.salzburg.com/nachrichten/medien/sn/artikel /jedermann-tv-geht-vom-netz-12686/ [Stand vom 15-04-2013].

Hippacher, Robert (1991): *Funktionen lokaler Massenkommunikation. Lokalfernsehen in Tirol. Die Integrationsleistung von „Tirol-Heute" unter besonderer Berücksichtigung des Rezipienten.* Diplomarbeit, Universität Wien.

Horton, Donald & Wohl, R. Richard (1956): Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. *Psychiatry* 19 (3), S. 215–229.

Kabel- und Satelliten-Rundfunkgesetz (1997): *Bundesgesetz, mit dem Bestimmungen über den Kabel- und Satellitenrundfunk erlassen werden (Kabel- und Satelliten-Rundfunkgesetz)*. BGBl I Nr. 42/1997. Abgerufen unter: http://www.ris.bka.gv.at/Dokumente/BgblPdf /1997_42_1/1997_42_1.pdf. [Stand vom 15-04-2013].

Kasché, Waltraud Christine & Kasché, Karl Bernhard (1998): *Ein Medium etabliert sich: lokales Privat-Kabel-TV als Medieninnovation in Österreich, mit Fokussierung auf Entwicklungen in Ostösterreich. Dargestellt am Beispiel der „P3-Kabel-news" in der niederösterreichischen Landeshauptstadt St. Pölten.* Diplomarbeit, Universität Wien.

Keilwert, Katharina (2008): *Tirol TV. Eine empirische Untersuchung zum Werbe- und Rezipientenmarkt des Senders*. Magisterarbeit, Universität Wien.

KommAustria (2008): *Zulassung zum Betrieb einer Multiplex-Plattform für terrestrischen Rundfunk zur Versorgung von der Region „Tiroler Oberland" (MUX-C – „Tiroler Oberland").* Bescheid der KommAustria vom 10.11.2008. Abgerufen unter: http://www.rtr.at/de/m/KOA422608001/KOA_4.226_08_001-MUX_C_TirolOberland.pdf [Stand vom 15-04-2013].

Kretzschmar, Sonja; Möhring, Wiebke & Timmermann, Lutz (2009): *Lokaljournalismus*. Wiesbaden: VS (= Kompaktwissen Journalismus).

Löffler, Heinrich (1998): Lokalfernsehen aus der Macherperspektive. In: Holly, Werner (Hrsg.): *Medien im Wandel.* Opladen [u.a.]: Westdt. Verl., S. 157–172.

Neuberger, Christoph & Quandt, Thorsten (2010): Internet-Journalismus: Vom traditionellen Gatekeeping zum partizipativen Journalismus? In: Schweiger, Wolfgang & Beck, Klaus (Hrsg.): *Handbuch der Online-Kommunikation*. Wiesbaden: VS Verlag, S. 59–79.

Petek-Dinges, Michaela (2012): Aus der Videojournalisten-Ausbildung: Technik wird selbstverständlich vorausgesetzt. In: Dernbahc, Beatrice & Lossen, Wiebke (Hrsg.): *Didaktik der Journalistik, Konzepte, Methoden und Beispiele aus der Journalistenausbildung*. Wiesbaden: VS Verlag, S. 245–255.

PrTV-G (2001): *Bundesgesetz, mit dem Bestimmungen für privates Fernsehen erlassen werden (Privatfernsehgesetz)*. BGBl. I Nr. 84/2001. IdF BGBl. I Nr. 71/2003. Abgerufen unter: http://www.bka.gv.at/2004/4/14/privatfernsehgesetz.pdf [Stand vom 15-04-2013].

Reimers, Ulrich (2002): Das Digitale Fernsehen (DVB). In: Leonhardt, Joachim-Felix; Ludwig, Hans-Werner; Schwarze, Dietrich & Straßner, Erich (2002) (Hrsg.): *Medienwissenschaft*. Berlin, New York: de Gruyter (= Handbu□cher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft 15.3), S. 2242–2255.

Ring, Wolf-Dieter (2001): *Entwicklung eines dualen Fernsehsystems in Österreich. Gutachterliche Stellungnahme im Auftrag des Verbands Österreichischer Zeitungen (VÖZ).* Abgerufen unter: http://www.voez.at/b136m98 [Stand vom 15-04-2013].

RTR (2012): *Verzeichnis der Fernsehveranstalter*. Abgerufen unter: http://www.rtr.at/de/m/Fernsehveranstalter [Stand vom 15-04-2013].

Schildknecht, Tina (2008): *Fernsehen als lokaler Kommunikator in Österreich. Eine empirische Studie zu Nutzung und Bekanntheit lokaler bzw. regionaler Fernsehprogrammveranstalter dargestellt am Beispiel „Tirol TV“*. Magisterarbeit, Universität Wien.

Schmidt, Ulrich (2003): *Professionelle Videotechnik: Analoge und digitale Grundlagen, Filmtechnik, Fernsehtechnik, HDTV, Kameras, Displays, Videorecorder, Produktion und Studiotechnik*. Berlin [u.a.] Springer.

Steinmaurer, Thomas (2009): Das Mediensystem Österreichs. In: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): *Internationales Handbuch Medien.* Baden-Baden: Nomos, S. 504–517.

Traimer, Matthias (2012): Informationsverein Lentia und die Folgen. *Journal für Rechtspolitik* 20 (4), S. 410–429.

Wagner, Mario (2005): *Die Bedeutung von regionalen Fernsehsendern in und für die Region ihrer Sendereichweite am Beispiel von MK Regional TV*. Diplomarbeit, Universität Wien.

Wippersberg, Julia (2007): Lokales Fernsehen in Österreich. In: Steininger, Christian & Woelke, Jens (Hrsg.): *Fernsehen in Österreich 2007*. Konstanz: UVK, S. 261–277.

Wippersberg, Julia & Dietrich, Astrid (2007*): Lokales Fernsehen in Österreich. Eine explorative Studie zu Programmstruktur und Programminhalt sowie zu Nutzung und Nutzen von lokalen Fernsehprogrammanbietern.* Wien: RTR (Schriftenreihe der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH, 4). Abgerufen unter http://www.rtr.at/de/komp/SchriftenreiheNr42007 [Stand vom 30-04-2013].

Zwickl, Annegret (2009): *Zielgruppen regionalen Fernsehens am Beispiel WNTV*. Magisterarbeit, Universität Wien.

Lesernähe und regionale Tageszeitungen

Antje Plaikner

Zusammenfassung

Dieser Beitrag basiert auf meiner medienwissenschaftlichen Doktorarbeit über die Entwicklung regionaler Tageszeitungen. Die Entwicklung wird unter dem Aspekt der Lesernähe untersucht. „Lesernähe" wird als eigenständiges integratives Modell bestimmt, das auf örtlicher Nähe, Alltagsnähe und Interaktion beruht und das mit Hilfe eines mehrmethodigen Analysekonzepts zum praktikablen Instrument umgewandelt und eingesetzt wird. Die durchgeführten Untersuchungen sind quantitative und qualitative Inhaltsanalysen, Klassifizierungen, vertiefende Fallbeispiele. Untersucht wurden die *Tiroler Tageszeitung*, die *Vorarlberger Nachrichten* und die *Dolomiten* (sowie die *Presse* als überregionale Bezugszeitung) in der Zeit von 1990 bis 2010. Die Ergebnisse zeigen für jede Zeitung Annäherungen ans und Distanzierung vom Publikum des jeweils beanspruchten Verbreitungsgebietes.

Einleitung

Als die Welt 1989/90 den Eisernen Vorhang verabschiedete, zerfielen die alten politischen Blöcke und Europa begann sich neu zu gestalten. Aus medialer Sicht markiert diese Zeit den rasanten Aufstieg des Internet und auf ihm beruhender Technologien (vgl. Hartmann 2006). Inzwischen hat sich das weltweite Netz in die Riege der großen Massenmedien Print, Radio und Fernsehen eingereiht (vgl. Riess 2011, Reitze & Ridder 2011).

Auch regionale Tageszeitungen nützten zunächst die Goldgräberstimmung der 1990er Jahre und expandierten so rasch, dass aus regionalen Verlagshäusern Multimedia-Konzerne wurden. Doch im Jahr 2000 setzte die erste Krise ein: Die sogenannte Dotcom-Blase platzte und die schöne neue Welt der börsennotierten Unternehmen rund um die Neuen Medien erhielt Risse. Auflagenzahlen und Reichweiten der Tageszeitungen setzten zur Talfahrt an, die noch einmal durch die weltweite Krise seit 2009 verstärkt wurde. Das Wort „Krise" bestimmt seither jede Publikation über die aktuelle Situation der Medien- und Zeitungswelt (vgl. beispielsweise ITZ-Kongress 2003, Kirchhoff & Krämer 2010, Jarren et al. 2012, Meier et al. 2012). Anne Kunze und Felix Rohrbeck bringen die Krisen-Stimmung auf den Punkt:

> „Seit wir beschlossen haben, Journalisten zu werden, ist Krise. Als unsere ersten Texte gedruckt wurden, platzte gerade die Dotcom-Blase. Auf die hysterische Internet-Euphorie folgte Ernüchterung. Das im Boom verbrannte Geld fehlte überall. Redaktionen wurden fusioniert, Titel reihenweise eingestellt, Aufträge für freie Mitarbeiter ersatzlos gestrichen. An der Universität legte man uns nahe, ruhig etwas langsamer zu studieren. Irgendwann ginge auch diese Krise vorüber." (Rohrbeck & Kunze 2010, S. 9)

Die Krise ist nicht vorüber, der Abwärtstrend der Tageszeitungen hält an, auch in Österreich, und betrifft nicht nur überregionale, sondern vor allem regionale Tagespresse, die das Gros aller Tageszeitungen darstellen (vgl. BDZV 2012, VSM 2013, VÖZ 2012b). Stellvertretend für diese lokal-regionale Mehrheit stehen die *Tiroler Tageszeitung*, die *Vorarlberger Nachrichten* und die Südtiroler *Dolomiten*. Die Verbreitungsgebiete dieser Zeitungen sind identisch mit den österreichischen Bundesländern Tirol und Vorarlberg sowie mit der italienischen Provinz Bozen – Südtirol. Diese Regionen wurden ausgewählt, weil sie bis zum Ersten Weltkrieg einen gemeinsamen Verwaltungsraum innerhalb der k. und k. Monarchie bildeten und deren Prägungen bis heute nachwirken: So ist beispielsweise die Innsbrucker Universität nach wie vor Landesuniversität für Tirol, Vorarlberg und Südtirol. Außerdem gründet sich diese Zeitungs- und Gebietsauswahl darauf, dass die dazugehörigen Zeitungs- und Medienlandschaften seit 1990 kaum ausgeleuchtet wurden.

Motivation Lesernähe

Zeitungen brauchen Leserinnen und Leser, sie verkaufen ihre Informationen an möglichst viele Leute eines selbstdefinierten Verbreitungsgebietes. Die *Dolomiten* beispielsweise nennen sich im Zeitungskopf auch „Tagblatt der Südtiroler“, die *Vorarlberger Nachrichten* untertiteln ihren *VN*-Kopf mit „auflagenstärkste unabhängige Tageszeitung für Vorarlberg“ und sind inzwischen laut Kopfzusatz „eine Marke von russmedia“ (vgl. *VN*, Donnerstag, 14. März 2013). Um diese potenzielle Leserschaft zu erreichen, nähern sich Zeitungsverantwortliche ihren Leserinnen und Lesern, indem sie deren Themeninteressen und deren Wunsch nach Berichterstattung aus der Region berücksichtigen. Die so verstandene Lesernähe beanspruchen Zeitungen und zitieren sie besonders in Krisenzeiten, da Leserzahlen schwinden und das Buhlen um neue Leserinnen und Leser in den Vordergrund tritt, wie hier die Chefredakteure der *TT* formulierten (Vahrner & Zehnhäusern 2012, S. 3): „Nummer 1 dank großer Lesernähe. […] Was die Tirolerinnen und Tiroler interessiert, steht in der *TT*. Als einziges Tiroler Medium berichten wir täglich nicht nur über Wissenswertes aus aller Welt und aus Österreich, sondern vor allem über Neues aus Tirol und aus den Tiroler Regionen.“

Um die Krise zu bewältigen (vgl. auch VÖZ 2012), das Unternehmen Zeitung zu sichern, wird also der implizite Anspruch auf Lesernähe explizit formuliert, als regionale bzw. örtliche Nähe verstanden und zudem der Wille zur Interaktion mit den potenziellen Leserinnen und Lesern ausgedrückt (Vahrner & Zenhäusern 2012, S. 3):

> „Die *TT* ist stets vor Ort, auch mit einer Reihe von Veranstaltungen. […] Zum absoluten Publikumsmagneten (teilweise 300 bis 500 Zuschauer) entwickelten sich die wöchentlich im ganzen Land abgehaltenen *TT*-Foren zu brennenden lokalen Themen, etwa ob der Hochstein in Lienz zugesperrt werden soll oder ob das Gurgltal von der Verkehrslawine überrollt wird.“

Sind Zeitungen als Unternehmen also wirtschaftlich motiviert, weil sie vom Verkauf ihres Produktes leben und dabei als regionale Zeitung Lesernähe als vor allem regionale bzw. örtliche Nähe und verstärkte Interaktionsbereitschaft signalisieren, haben andererseits auch Lese-

rinnen und Leser Vorstellungen von Tageszeitungen. Die österreichische Media-Analyse (vgl. MA 2011/12), die Langzeitstudien des Demoskopischen Instituts Allensbach (vgl. BDZV 2012) oder die Langzeitstudien zur Massenkommunikation der ARD und des ZDF (vgl. Reitze & Ridder 2011) erforschen u.a. Mediennutzungsverhalten, Leserwünsche und Leserinteressen (vgl. ZMG 2013). Selbst Regionalzeitungen befragen ihre Leserschaft (vgl. beispielsweise Märkische Oderzeitung 2009, Heilbronner Stimme 2008). Die Ergebnisse der Untersuchungen decken sich im Wesentlichen und lassen sich auf eine Hitliste reduzieren. Zeitungsleserinnen und -leser wollen:

- umfassende und aktuelle Information aus der Umgebung (Lokales/Regionales),
- Nützliches für den Alltag und
- Orientierung.

Modell Lesernähe

Die Stoßrichtung ist also klar: Die Zeitung nähert sich den potenziellen Leserinnen und Lesern. Eigene Leserbefragungen bzw. angewandte Leserschaftsforschung erkunden Wille und Vorstellung des anvisierten Publikums. Doch was ist Lesernähe? Ist die Annäherung an Leserwünsche bereits mit Lesernähe gleichzusetzen?

Das von mir formulierte Modell Lesernähe beruht auf einem integrativen Ansatz, der seine Einflüsse einerseits aus praxisnahen Untersuchungen zieht (siehe oben), und sich andererseits auf begrifflich-theoretischer Ebene aus zahlreichen Forschungsgebieten, wie Medienlinguistik, Kommunikationswissenschaft, Ethnologie, Soziologie speist (vgl. Plaikner 2012). Demnach fußt das Modell Lesernähe auf den drei Säulen Ort, Alltag und Interaktion (siehe Abbildung 1). Eine Zeitung ist ihren potenziellen Leserinnen und Lesern dann nahe, wenn sie täglich über deren Umgebung aktuell und umfassend informiert (vgl. auch Jonscher 1995). Diese Umgebung reicht von der Gemeinde (Lokales) bis zum Zeitungsverbreitungsgebiet (Regionales). Entscheidend ist die örtliche Bindung der Menschen, wie es Hermann Bausinger bereits in den 1990ern formulierte: „Die Menschen erwarten trotz und wegen der globalen Vernetzung, daß es einen Bereich gibt, in dem sie genauer Bescheid wissen und in dem sie sich zugehörig und zuhause fühlen können. Dabei ist es angemessen von Lokalität und Regionalität zu sprechen […]“ (Bausinger 1996, S. 12).

Sowohl bei Bausinger als auch bei DeCerteau wird im Örtlichen die Interaktion im Sinne von Land und Leute mitgedacht, die wiederum vom Alltag, von wiederkehrenden täglichen Routinen geprägt wird. Erst durch diese tägliche und dauernde Wechselwirkung entstehen unverwechselbare Orte und Regionen:

> „Der Raum ist ein Geflecht von beweglichen Elementen. Er ist gewissermaßen von der Gesamtheit der Bewegungen erfüllt, die sich in ihm entfalten. Er ist also ein Resultat von Aktivitäten, die ihm eine Richtung geben, ihn verzeitlichen und ihn dahin bringen, als eine mehrdeutige Einheit von Konfliktprogrammen und

> vertraglichen Übereinkünften zu funktionieren […] Insgesamt ist der Raum ein Ort, mit dem man etwas macht.“ (DeCerteau 1988, S. 218)

Damit der Begriff Alltag nicht ins Beliebige abrutscht, wird er verengt und auf tägliche ritualisierte Abläufe und Handlungsroutinen festgelegt, die Sicherheit geben (vgl. Bausinger 1983, S. 25, Kaschuba 2006, S. 126). Diese Routinen beziehen sich auf Themenkreise/Leitgedanken, die das Profil einer Region gestalten.

Leser, Region und Raum

Grundsätzlich werden alle Bewohner einer Region als Leserinnen und Leser begriffen. Als Region wird jene politisch-verwaltungstechnische Einheit bestimmt, die wiederum in verschiedene Räume gegliedert wird. Diese Gliederungen heißen Raumfolien und bestimmen eine Region unter dem Gesichtspunkt bestimmter Themen (vgl. Bausinger 1996, S. 17–26). Als einflussreichste Folie ist die politisch-verwaltungstechnische anzusehen, die einerseits die Region nach außen hin abgrenzt, aber auch die Binneneinteilung vornimmt. So grenzt sich beispielsweise die politisch-verwaltungstechnisch bestimmte Region Tirol von den Nachbarbundesländern Salzburg, Kärnten und Vorarlberg ab und unterteilt die Region innerhalb der gezogenen Grenzen in Bezirke und Gemeinden. Diese übernehmen Funktionen im täglichen Leben der Bewohner, indem sie etwa Aufgaben der Verwaltung (Bezirkshauptmannschaft), der Gesundheit (Landeskrankenhaus) oder der Bildung (Schule) übernehmen.

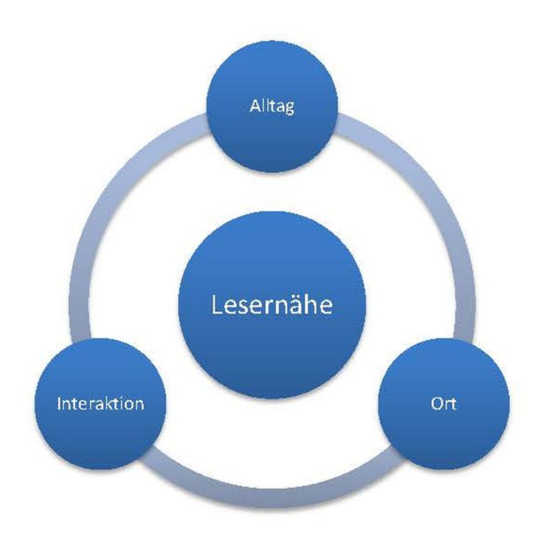


Abbildung 1: *Das Modell Lesernähe setzt sich konkret aus örtlicher Nähe, Alltagsnähe und Interaktion zusammen.*

Die wichtigsten Raumfolien einer Region sind demnach: Politik und Verwaltung, Medienlandschaft, Demografie, Geschichte und Kultur, Wirtschaft, Naturraum, Verkehr, Wissen, Soziales. Die Raumfolien sind nicht eindeutig voneinander abgrenzbar, denn sie bedingen einander auch. Die naturräumliche beeinflusst beispielsweise, welche wirtschaftlichen und verkehrstechnischen Räume sich entwickeln.

Die Zeitungsverbreitungsgebiete der ausgewählten Regionalzeitungen sind in ihrer Ausdehnung im Wesentlichen identisch mit der Vorgabe durch die politisch-verwaltungstechnische Raumfolie und Teil der Raumfolie Medienlandschaft.

Die ausgewählten Tageszeitungen

Tageszeitungen sind also ein Teil der Printlandschaft und diese ist ein Teil der Medienlandschaft. Wie bereits eingangs erwähnt, entwickelten sich Zeitungshäuser zu Multimedia-Konzernen, deren finanzielle Basis, Markenqualität und auch damit verbundene Glaubwürdigkeit die entsprechenden Tageszeitungen sind (vgl. Petz 2012, VÖZ 2012). So ist die *Tiroler Tageszeitung* Flaggschiff der Moser Holding, deren Portfolio sich mittlerweile aus mehreren Print-, Radio- und TV-Produkten sowie Druckereien bzw. Beteiligungen an solchen zusammensetzt. Die *Vorarlberger Nachrichten* sind die Printbasis des online-affinen Vorarlberger Medienhauses, das inzwischen Russmedia heißt. Die Südtiroler *Dolomiten* sind Zeitungsflaggschiff des Athesia-Konzerns, der ebenfalls von Print- (auch Buchverlag) über Online-Angebote, Druck, Agentur bis hin zu Tourismusunternehmen ein breit gefächertes Angebot aufweist (vgl. Fidler 2008, Moser Holding 2013, Russmedia 2013, Athesiagruppe 2013).

Als Unternehmen reagieren Tageszeitungen sensibel auf wirtschaftliche Entwicklungen. Wachstum und Einbußen stehen in direktem Zusammenhang mit der Entwicklung der Gesamtwirtschaft, begleitet vom strukturellen Wandel der Medienwelt, in der das Internet die alten Medien zusehend auf ihre Plätze verweist. Das heißt: Bricht die Wirtschaft ein, minimieren Unternehmen ihre Werbebudgets, um die ohnedies immer mehr Medien kämpfen. Die Zeitungsfinanzierung in den 1990er-Jahren basierte zu zwei Drittel auf Anzeigenverkauf und zu einem Drittel auf Vertrieb (d.i. Zeitungsverkauf via Abonnements oder Einzelverkauf). Mittlerweile gilt ein 50:50-Verhältnis (vgl. BDZV 2000, 2012 und VÖZ 2000, 2012b).

Aufstieg und Fall der Tageszeitungen ist anhand der Reichweitenentwicklung erkennbar (siehe Abbildung 2). *Tiroler Tageszeitung* und *Vorarlberger Nachrichten* hoben in den 1990er Jahren zu Höhenflügen an, die Reichweiten in ihren Verbreitungsgebieten, besonders jene im konkurrenzlosen Vorarlberg, erzielten Rekordwerte. Dann setzte parallel zur Dotcom-Krise der bis heute anhaltende Sinkflug ein. Für die *Dolomiten* in Südtirol sind diesbezüglich nur Auflagenzahlen verfügbar, da das italienische Mediensystem keine Reichweiten wie in Österreich oder auch in Deutschland erhebt. Allerdings weist die seit 2001 stagnierende Zahl der verkauften Auflage vor dem Hintergrund der wachsenden Bevölkerung im gleichen Zeitraum darauf hin, dass auch die *Dolomiten* an Reichweite verlieren (vgl. FIEG 2013).

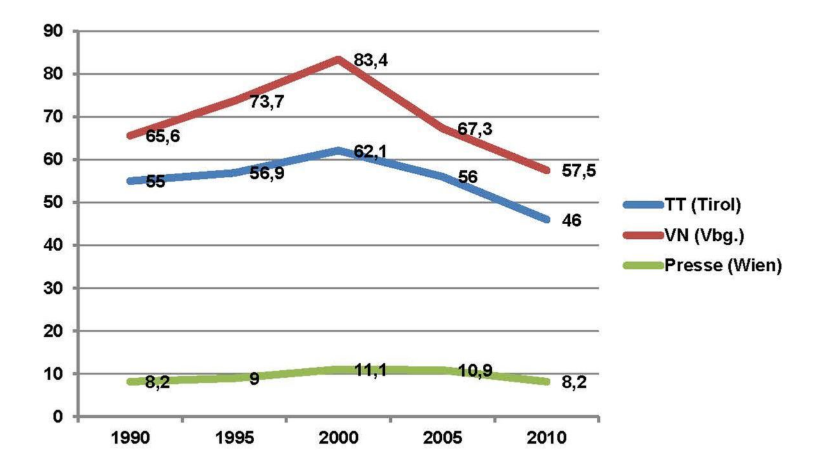


Abbildung 2: *Reichweitenentwicklung von* TT *(in Tirol),* VN *(in Vorarlberg) und* Presse *(in Wien) von 1990 –2010 (in %). Quelle: Österreichische Media-Analyse.*

Die Untersuchungen

Der Sprung von der Theorie des Lesernähemodells zum operationalisierbaren Analysekonzept setzt beim Untersuchungsmaterial an. Örtliche Nähe, Alltagsnähe und Interaktion sollen im ausgewählten Zeitungsmaterial nachweisbar sein und folgende Fragen beantworten: Wie lässt sich örtliche Nähe nachweisen? Wie zeigt sich Alltagsnähe? Wie wird Interaktion erfasst?

Neben den ausgewählten regionalen Tageszeitungen *TT*, *VN* und *Dolomiten* wurde als überregionale Vergleichszeitung die *Presse* für die Untersuchungen herangezogen. Für jede der vier Zeitungen wurde pro Jahrgang von 1990 bis 2010 in Fünfjahresschritten eine künstliche Woche gezogen (vgl. Brosius et al. 2009). Das gesamte Untersuchungskorpus von 120 Zeitungsausgaben umfasst 4.860 Seiten. Mittels quantitativer und qualitativer Inhaltsanalysen, die historisch und vergleichend ansetzen, wurden Gesamtkorpus oder Teilkorpora untersucht.

Die Grundlage für die Dateninterpretation bilden zusammen mit den Raumfolien die Struktur- und Umfangerfassung aller Zeitungsausgaben (Basisdaten). Diese zeigt die quantitative Gesamtentwicklung, verweist auf Ressortneuheiten und hält auch die quantitative Entwicklung der lokalen und regionalen *Nahsektionen* fest. Nahsektionen legen Zeitungen selbst fest, indem sie in den Seitenköpfen als solche benannt werden. Aktuelle Beispiele lauten: „Tirol" und „Lokales" (*TT*), „Vorarlberg" und „Lokal" (*VN*) sowie „Südtirol" und „Vinschgau" (*Dolomiten*). Diese Sektionen enthalten demnach jene Seiten, die von den Zeitungen selbst für die Berichterstattung aus dem örtlichen Umfeld reserviert werden (Regional-Lokal-Teile = RL-Teile). Ihr Anteil am Gesamtumfang und ihre Position innerhalb der Zeitungsausgabe verweisen auf den Stellenwert, den ihr Zeitungsverantwortliche zuweisen.

Für die sogenannten „Gemeindenzählungen“ wurden pro Zeitung und Jahrgang eine gesamte Ausgabe herangezogen und darin die erwähnten politischen Gemeinden eines Bundeslandes/Zeitungsverbreitungsgebietes gezählt. Jede Gemeindenennung zählt. Die Zahl der erwähnten Gemeinden wurde als Nennstärke bestimmt und in Relation zur Gesamtzahl der Gemeinden eines Bundeslandes gesetzt. Daraus ergaben sich in einer Zeitreihe dargestellt Trefferkarten, die zeigen, ob bestimmte Gemeinden und Landstriche medial bevorzugt oder vernachlässigt werden. Die Gemeindenzählung ermittelt die Durchdringung eines Zeitungsverbreitungsgebietes und ermittelt die örtliche Nähe und deren Wandel.

Auch für die Themenfrequenzanalyse wurden Teilkorpora gewählt (vgl. Früh 2007, S. 147–211). Die Nahsektionen, die sogenannten Regional-Lokal-Teile (RL-Teile), aller 120 Zeitungsausgaben wurden nach Themen untersucht. Jede Text- oder Bildtexteinheit mit eigenem Titel wurde als Untersuchungseinheit festgelegt. Zusätzlich wurden die Aufmacher der genannten Sektionen einer Themenfrequenzanalyse unterzogen (vgl. Wolff 2006, S. 209: Aufmacher ist der größte und wichtigste Artikel einer Seite). Die Themenkategorien entstanden untersuchungsgeleitet und wurden zu wenigen Großkategorien zusammengefasst, um die Aussagekraft zu erhöhen. Während die einfache Themenfrequenzanalyse die Entwicklung der Themenkreise pro Zeitung abbildete, verdeutlichte die Aufmacheranalyse die Gewichtung der Themen. Die Analyseergebnisse werden auf die jeweiligen Raumfolien einer Region bezogen und geben darüber hinaus auch Aufschluss über alltagsrelevante Themen, die wiederum durch diese Raumfolien beeinflusst sind.

Zur Erfassung von Alltagsnähe und Interaktion wurden in allen Ausgaben Elemente bestimmt und deren Entwicklung dargestellt (vgl. Lüger 1995). Aus den Alltagselementen wurde die Wetterinformation als Fallbeispiel pro Zeitung in einer Zeitreihe analysiert und in Bezug auf die Raumfolien erläutert. Aus den Interaktionselementen wurde der Leserbrief in seiner jeweils zeitungsspezifischen Entwicklung beschrieben und darüber hinaus einer Themenfrequenzanalyse unterzogen sowie Daten über Leserbriefschreiber, Geschlecht, Herkunft, Bildungsgrad ermittelt (vgl. Lüger, Wolff 2006, Mlitz 2008).

Das Erklärungsgerüst für die Untersuchungsergebnisse bilden die zeitungseigenen Ansprüche, die Basisdaten und die regionsspezifischen Raumfolien.

Die Ergebnisse

Die untersuchten Zeitungen gehen seit 1990 unterschiedliche Wege. Ihr anvisiertes Publikum und die Räume innerhalb des Zeitungsverbreitungsgebietes, wie beispielsweise die politisch-verwaltungstechnische und die Medienlandschaft, divergieren.

Zurück zu den Wurzeln: *Tiroler Tageszeitung* als Innsbrucker Nachrichten

Die *Tiroler Tageszeitung* entwickelt sich unabhängig von lokalen Strategiewechseln zu einer Stadtzeitung, als die sie im Jahr 1854 unter dem Titel *Innsbrucker Nachrichten* gegründet wurde. Sie kehrt dem Land den Rücken zu und betont besonders die Inntalzone. Die *TT* versorgt

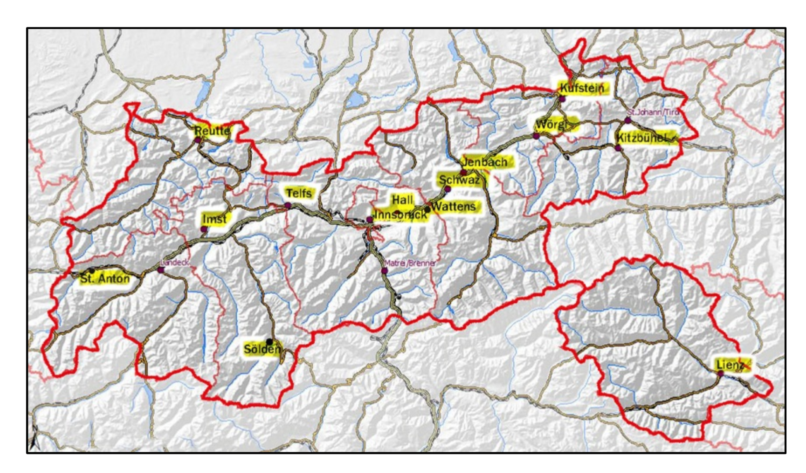


***Abbildung 3**: Die hell markierten Gemeinden sind jene der sich verstädternden östlichen Inntalzone, auf die sich die* TT *im Verbreitungsgebiet Tirol zunehmend konzentrieren. Bezirkshauptorte, wie beispielsweise Reutte, Imst, Lienz können zwar aufgrund ihrer politisch-verwaltungstechnisch Bedeutung nicht übergangen werden, sind aber Randerscheinungen, ähnlich touristisch hervorstechenden Gemeinden, wie etwa St. Anton und Sölden.*

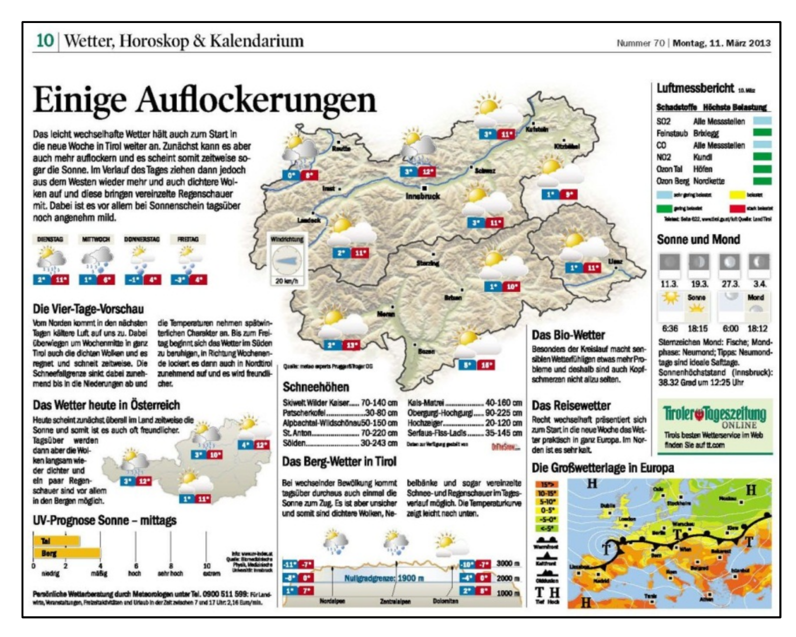
im Vergleich zu *Vorarlberger Nachrichten* und *Dolomiten* das größte und unwegsamste Verbreitungsgebiet. Immerhin werden im Durchschnitt drei Viertel der Tiroler Gemeinden nicht einmal erwähnt. Das heißt, das Verbreitungsgebiet besitzt eine kritische Größe, die aufgrund der Landesgeografie und aufgrund unternehmerischer Zurückhaltung immer weniger bewältigt wird (siehe Abbildung 3).

Alltags- und Interaktionselemente entwickeln sich zeitgemäß, allerdings wird die Wetterinformation über ihre Alltagsfunktion hinaus, besonders seit dem EU-Beitritt Österreichs im Jahr 1995, als politisches Element eingesetzt, das eine Tiroler Identität thematisiert, die das deutschsprachige Tirol ohne Scheu als zusammenhängendes Gebiet Bundesland Tirol und Provinz Südtirol darstellt (siehe Abbildung 4).

Bei der Entwicklung der Themenkreise wiederum setzt die *TT* zunehmend auf Kriminalität, Unfälle und Gerichtsprozesse. Parallel dazu nimmt die politische Berichterstattung in den RL-Teilen ab, sie dünnen aus.

Vorarlberger Nachrichten: Ein Land unter der Käseglocke

Während bei der *TT* das alpine und relativ große Verbreitungsgebiet den Schwenk hin zur Stadtzeitung rechtfertigen kann, ist die zunehmende Verstädterung der *VN*, deren Konzentration auf die Rheintal-Bodensee-Zone nur aus unternehmerischer Sicht des Verlagshauses verständlich (siehe Abbildung 5). Das in seinem Bundesland und Verbreitungsgebiet konkurrenzlos wirkende Medienhaus von Eugen Russ (Russmedia) zieht sein Regionalblatt auf die



10 | Wetter, Horoskop & Kalendarium — Nummer 70 | Montag, 11. März 2013

Einige Auflockerungen

Das leicht wechselhafte Wetter hält auch zum Start in die neue Woche in Tirol weiter an. Zunächst kann es aber auch mehr auflockern und es scheint somit zeitweise sogar die Sonne. Im Verlauf des Tages ziehen dann jedoch aus dem Westen wieder mehr und auch dichtere Wolken auf und diese bringen vereinzelte Regenschauer mit. Dabei ist es vor allem bei Sonnenschein tagsüber noch angenehm mild.

DIENSTAG	MITTWOCH	DONNERSTAG	FREITAG
2° 11°	1° 6°	-1° 4°	-3° 4°

Die Vier-Tage-Vorschau

Vom Norden kommt in den nächsten Tagen kältere Luft auf uns zu. Dabei überwiegen um Wochenmitte in ganz Tirol auch die dichten Wolken und es regnet und schneit zeitweise. Die Schneefallgrenze sinkt dabei zunehmend bis in die Niederungen ab und die Temperaturen nehmen spätwinterlichen Charakter an. Bis zum Freitag beginnt sich das Wetter im Süden zu beruhigen, in Richtung Wochenende lockert es dann auch in Nordtirol zunehmend auf und es wird freundlicher.

Das Wetter heute in Österreich

Heute scheint zunächst überall im Land zeitweise die Sonne und somit ist es auch oft freundlicher. Tagsüber werden dann aber die Wolken langsam wieder dichter und ein paar Regenschauer sind vor allem in den Bergen möglich.

UV-Prognose Sonne – mittags

Persönliche Wetterberatung durch Meteorologen unter Tel. 0900 511 599: Für Landwirte, Veranstaltungen, Freizeitaktivitäten und Urlaub in der Zeit zwischen 7 und 17 Uhr: 2,16 Euro/min.

Schneehöhen

Skiwelt Wilder Kaiser	70-140 cm
Patscherkofel	30-80 cm
Alpbachtal-Wildschönau	50-150 cm
St. Anton	70-220 cm
Sölden	30-243 cm
Kals-Matrei	40-160 cm
Obergurgl-Hochgurgl	90-225 cm
Hochzeiger	20-120 cm
Serfaus-Fiss-Ladis	35-145 cm

Daten zur Verfügung gestellt von OnTheSnow

Das Berg-Wetter in Tirol

Bei wechselnder Bewölkung kommt tagsüber durchaus auch einmal die Sonne zum Zug. Es ist aber unsicher und somit sind dichtere Wolken, Nebelbänke und sogar vereinzelte Schnee- und Regenschauer im Tagesverlauf möglich. Die Temperaturkurve zeigt leicht nach unten.

Das Bio-Wetter

Besonders der Kreislauf macht sensiblen Wetterfühligen etwas mehr Probleme und deshalb sind auch Kopfschmerzen nicht allzu selten.

Das Reisewetter

Recht wechselhaft präsentiert sich zum Start in die neue Woche das Wetter praktisch in ganz Europa. Im Norden ist es sehr kalt.

Luftmessbericht

Schadstoffe	Höchste Belastung
SO2	Alle Messstellen
Feinstaub	Brixlegg
CO	Alle Messstellen
NO2	Kundl
Ozon Tal	Höfen
Ozon Berg	Nordkette

Sonne und Mond

11.3. 19.3. 27.3. 3.4.

Sonne 6:36 18:15 — Mond 6:00 18:12

Sternzeichen Mond: Fische; Mondphase: Neumond; Tipps: Neumondtage sind ideale Safttage. Sonnenhöchststand (Innsbruck): 38.32 Grad um 12:25 Uhr

Tiroler Tageszeitung ONLINE — Tirols besten Wetterservice im Web finden Sie auf tt.com

Die Großwetterlage in Europa

Abbildung 4: *Die Wetterinformation aktuell in der* TT. *Bildete die Wetterinfo im Jahr 2010 die Länder voneinander losgelöst und das Bundesland Tirol größer ab als die Provinz Südtirol, sind die Länder seit 2011 und aktuell 2013 vereint und ebenbürtig dargestellt.*
Quelle: Tiroler Tageszeitung*, Montag, 11. März 2013*

wirtschaftsstarke Stadtzone zurück. Der Rest des monopolartigen Presselandes wird ohnedies von anderen firmeneigenen Produkten versorgt.

Die *VN* sind aus Sicht der Entwicklung von Alltags- und Interaktionselementen den anderen Zeitungen stets weit voraus, dementsprechend früh erfolgt die Hinwendung zu Online-Angeboten, die für die *VN* entwickelte Elemente aufnehmen und ausbauen (z.B. das sogenannte Bürgerforum). Das heißt, seit den 2000er Jahren stagnieren die *VN* hinsichtlich der Elemententwicklung; das zeigt sich auch in der zunehmenden isolationistischen Tendenz, das Wir-Gefühl des Ländles zu betonen. Diese Neigung drückt sich in der Gestaltung der Wetterinformation aus (siehe Abbildung 6), die Vorarlberg bezugslos zu den Bodenseenachbarn, zu Tirol, zu Österreich und zu Europa darstellt.

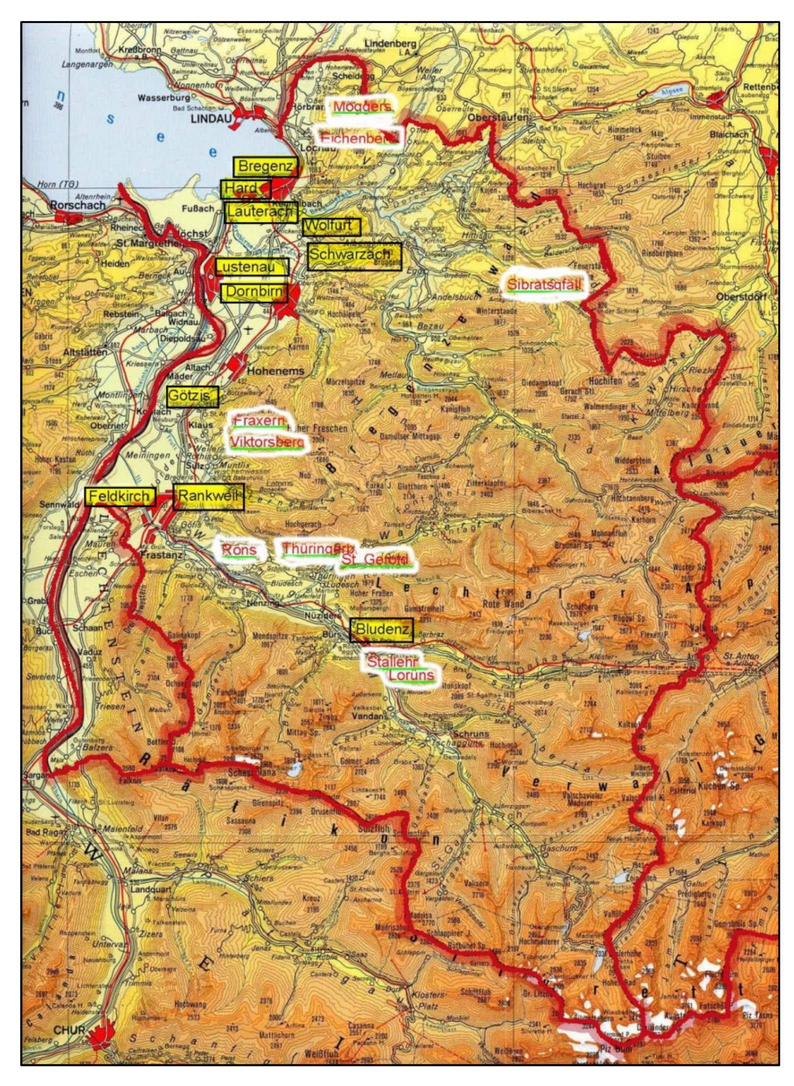
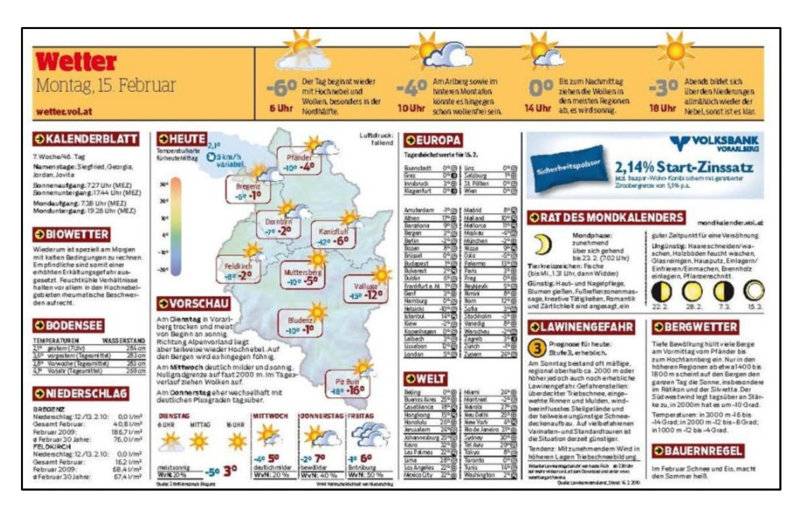


Abbildung 5*: Die dunkel umrandeten Gemeindenamen zeigen die bevorzugt erwähnten Orte in den* VN. *Diese konzentrieren sich immer mehr auf die städtische Zone Rheintal – Bodensee. Die hell umrandeten Gemeindenamen verweisen auf Orte im Vorarlberger Hinterland, die im Teilkorpus nicht erwähnt werden.*



Wetter
Montag, 15. Februar
wetter.vol.at

-6° 6 Uhr: Der Tag beginnt wieder mit Hochnebel und Wolken, besonders in der Nordhälfte.
-4° 10 Uhr: Am Arlberg sowie im hinteren Montafon könnte es hingegen schon wolkenfrei sein.
0° 14 Uhr: Bis zum Nachmittag ziehen die Wolken in den meisten Regionen ab, es wird sonnig.
-3° 18 Uhr: Abends bildet sich über den Niederungen allmählich wieder der Nebel, sonst ist es klar.

KALENDERBLATT
7. Woche/46. Tag
Namenstage: Siegfried, Georgia, Jordan, Jovita
Sonnenaufgang: 7.27 Uhr (MEZ)
Sonnenuntergang: 17.44 Uhr (MEZ)
Mondaufgang: 7.38 Uhr (MEZ)
Monduntergang: 19.26 Uhr (MEZ)

BIOWETTER
Wiederum ist speziell am Morgen mit kalten Bedingungen zu rechnen. Empfindliche sind somit einer erhöhten Erkältungsgefahr ausgesetzt. Feuchtkühle Verhältnisse halten vor allem in den Hochnebelgebieten rheumatische Beschwerden aufrecht.

BODENSEE

TEMPERATUREN		WASSERSTAND
2,1°	gestern (7 Uhr)	284 cm
1,6°	vorgestern (Tagesmittel)	283 cm
2,8°	Vorwoche (Tagesmittel)	283 cm
4,1°	Vorjahr (Tagesmittel)	269 cm

NIEDERSCHLAG
BREGENZ
Niederschlag 12./13.2.10: 0,0 l/m²
Gesamt Februar: 40,8 l/m²
Februar 2009: 186,7 l/m²
ø Februar 30 Jahre: 76,0 l/m²
FELDKIRCH
Niederschlag 12./13.2.10: 0,0 l/m²
Gesamt Februar: 16,2 l/m²
Februar 2009: 68,4 l/m²
ø Februar 30 Jahre: 67,4 l/m²

HEUTE

VORSCHAU
Am **Dienstag** in Vorarlberg trocken und meist von Beginn an sonnig. Richtung Alpenvorland liegt aber teilweise wieder Hochnebel. Auf den Bergen wird es hingegen föhnig.
Am **Mittwoch** deutlich milder und sonnig. Nullgradgrenze auf fast 2000 m. Im Tagesverlauf ziehen Wolken auf.
Am **Donnerstag** eher wechselhaft mit deutlichen Plusgraden tagsüber.

DIENSTAG (6 UHR, MITTAG, 16 UHR): meist sonnig, WvN: 20 %, -5° 3°
MITTWOCH: -4° 5°, deutlich milder, WvN: 20 %
DONNERSTAG: -2° 7°, bewölkter, WvN: 40 %
FREITAG: -1° 6°, Eintrübung, WvN: 50 %

EUROPA
Tageshöchstwerte für 15. 2.

Eisenstadt	0°	Linz	0°
Graz	0°	Salzburg	1°
Innsbruck	3°	St. Pölten	0°
Klagenfurt	0°	Wien	0°
Amsterdam	-1°	Madrid	8°
Athen	17°	Mailand	10°
Barcelona	9°	Mallorca	11°
Bergen	3°	Moskau	-4°
Berlin	-2°	München	-2°
Bozen	8°	Nizza	9°
Brüssel	0°	Oslo	-5°
Budapest	1°	Palermo	13°
Bukarest	2°	Paris	3°
Dublin	6°	Prag	0°
Frankfurt a. M.	1°	Reykjavik	5°
Genf	3°	Rimini	8°
Hamburg	0°	Rom	12°
Helsinki	-10°	Sofia	3°
Istanbul	14°	Stockholm	-3°
Kiew	-2°	Venedig	8°
Kopenhagen	0°	Warschau	-2°
Laibach	3°	Zagreb	3°
Lissabon	12°	Zürich	-1°
London	5°	Zypern	20°

WELT

Beijing	0°	Miami	24°
Buenos Aires	25°	Montreal	-2°
Casablanca	18°	Nairobi	27°
Hongkong	15°	Neu Delhi	25°
Honolulu	26°	New York	6°
Jerusalem	26°	Rio de Janeiro	31°
Johannesburg	25°	Sydney	30°
Kairo	32°	Tel Aviv	29°
Las Palmas	22°	Tokyo	8°
Lima	28°	Toronto	0°
Los Angeles	22°	Tunis	16°
Mexico City	22°	Washington	2°

RAT DES MONDKALENDERS mondkalender.vol.at
Mondphase: zunehmend über sich gehend bis 23. 2. (7.02 Uhr)
Tierkreiszeichen: Fische (bis Mi., 1.31 Uhr, dann Widder)
Günstig: Haut- und Nagelpflege, Blumen gießen, Fußreflexzonenmassage, kreative Tätigkeiten, Romantik und Zärtlichkeit sind angesagt, ein guter Zeitpunkt für eine Versöhnung.
Ungünstig: Haareschneiden/waschen, Holzböden feucht wischen, Glasreinigen, Hausputz, Einlagern/Einfrieren/Einmachen, Brennholz einlagern, Pflanzenschnitt.
22. 2. 28. 2. 7. 3. 15. 3.

LAWINENGEFAHR
3 Prognose für heute: Stufe 3, erheblich.
Am Sonntag bestand oft mäßige, regional oberhalb ca. 2000 m oder höher jedoch auch noch erhebliche Lawinengefahr. Gefahrenstellen: überdeckter Triebschnee, eingewehte Rinnen und Mulden, windbeeinflusstes Steilgelände und der teilweise ungünstige Schneedeckenaufbau. Auf vielbefahrenen Varianten- und Standardtouren ist die Situation derzeit günstiger.
Tendenz: Mit zunehmendem Wind in höheren Lagen Triebschneebildung.

BERGWETTER
Tiefe Bewölkung hüllt viele Berge am Vormittag vom Pfänder bis zum Hochtannberg ein. Nur in den höheren Regionen ab etwa 1400 bis 1800 m scheint auf den Bergen den ganzen Tag die Sonne, insbesondere im Rätikon und der Silvretta. Der Südwestwind legt tagsüber an Stärke zu, in 2000 m hat es um -10 Grad.
Temperaturen: in 3000 m -16 bis -14 Grad; in 2000 m -12 bis -8 Grad; in 1000 m -12 bis -4 Grad.

BAUERNREGEL
Im Februar Schnee und Eis, macht den Sommer heiß.

***Abbildung 6:** Schwerelos im Raum – die Wetterinformation in den* VN *zeigen deren zunehmend isolationistische Wahrnehmung Vorarlbergs. Quelle:* Vorarlberger Nachrichten*, Montag, 15. Februar 2010.*

Die isolationistische Zeitungspolitik stellt das Land und seine Bewohnerinnen und Bewohner unter einen Glassturz. Der Blick über den Tellerrand dient vor allem zur Abgrenzung von anderen österreichischen Regionen und zur Stärkung der eigenen Region. Das ist vor dem Hintergrund der Medienlandschaft zu sehen, die es abzusichern gilt. Auch die Entwicklung der Themenkreise spiegelt diese Tendenz wider. Die *VN* setzen innerhalb ihrer RL-Teile zunehmend auf Kultur als Identitätsinstrument, gleichzeitig neigen sie zu Entpolitisierung. Relevanz, Nähe zum Alltag der Leserinnen und Leser, etwa der Themenkreis Umwelt und Versorgung jenseits von Spielerei mit Ländleidentität, Heimat und Unterhaltung verliert an Bedeutung.

Total lokal: Die *Dolomiten* sind immer und überall

Die *Dolomiten* entwickeln sich in punkto Lesernähe völlig anders als die *TT* und die *VN*. Ihr oberstes Anliegen als „Tagblatt der Südtiroler" ist, das deutschsprachige Publikum umfassend zu erreichen. Jeder Bezirk ist deshalb täglich mit eigenen Seiten präsent, seit 1990 steigern die *Dolomiten* ihre RL-Anteile in Bezug zum Gesamtumfang der Zeitungsausgaben. So durchdringen sie das gesamte Verbreitungsgebiet. Während *TT* und *VN* sich aus dem Land tendenziell zurückziehen und sich auf die Stadtzonen ihrer Verbreitungsgebiete konzentrieren, konzentrieren sich die *Dolomiten* aufs Land, weil die deutschsprachigen Südtiroler vor allem dort leben (vgl. Abbildung 7). Die italienisch dominierte Provinzhauptstadt Bozen bildet zwar eine Ausnahme, weil sie auf der demografischen und der politisch-verwaltungstechnischen Raumebene zu bedeutend ist und zu viele Funktionen für die Südtirolerinnen und Südtiroler einnimmt, als dass sie vernachlässigt werden könnte. Allerdings werden die deutschsprachigen Gemeinden im Vergleich zu den italienischsprachig dominierten überrepräsentiert, und so rückt das ganze

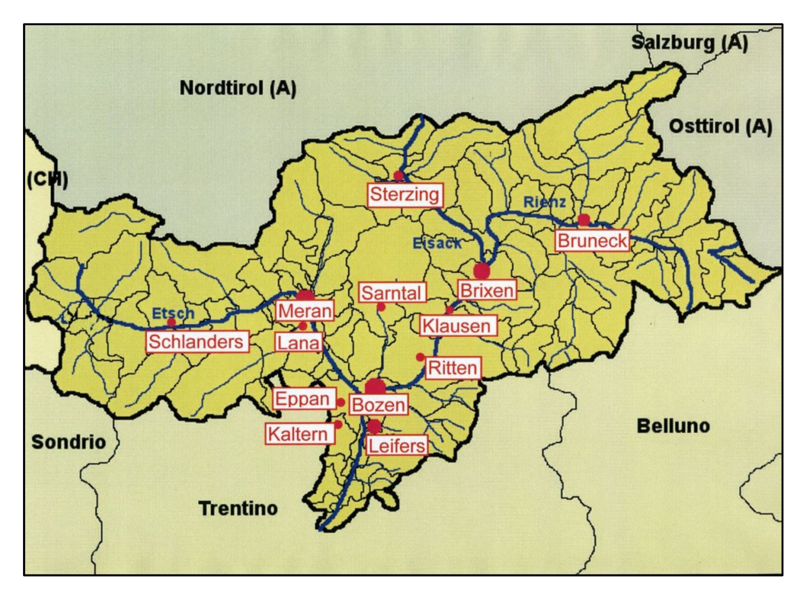


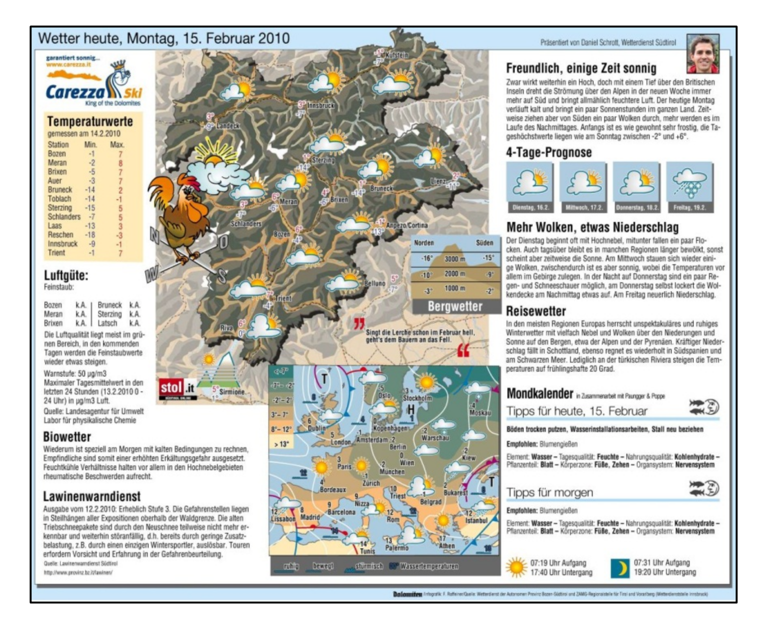
Abbildung 7: *Die Karte bildet jene Gemeinden in Südtirol ab, die von den* Dolomiten *am meisten genannt werden. Das Land rückt nach Norden, weg von den italienisch dominierten Orten hin zu den deutschsprachigen am Lande.*

Land in der Wahrnehmung der *Dolomiten* etwas nach Norden, hin zur deutschsprachigen Hauptzielgruppe.

Dementsprechend verwundert es nicht, dass die *Dolomiten* als Gesinnungszeitung einer Minderheit auch den Trend der anderen Zeitungen hin zur Entpolitisierung nicht mitmachen. Im Gegenteil: Politik ist in den *Dolomiten* ein sensibles Dauerthema, und das auf Landes-, Bezirks- und Gemeindeebene. Das autonome Südtirol setzt in den *Dolomiten* alle Hebel in Gang, sobald Rom – der italienische Staat – die Autonomie und die u.a. damit verbundene Steuerhoheit zu gefährden droht.

Passend zu den hohen und steigenden Politikanteilen entwickelt sich die halbseitige Wetterinformation, die aktuell ein klares Bekenntnis zur alten neuen Region Tirol – Südtirol – Trentino darstellt. Dabei legen die *Dolomiten* immer großen Wert auf die europäische Anbindung und drücken ihre Ignoranz gegenüber dem Staat Italien auch darin aus, dass er auf der Wetterinformationsseite nicht als eigene Karte vorkommt (vgl. Abbildung 8). Im Vergleich dazu bringt die *TT* bei gleichem Platzaufwand für die Wetterinformation sehr wohl den Staat Österreich als Bezugsgröße unter.

Das dauerhaft starke Diskussionspotenzial Südtirols bilden die *Dolomiten* seit jeher auf ihren Leserbriefseiten ab, die nach wie vor als gesellschaftliches Forum wirken, in dem ein breites Themenfeld diskutiert wird.



Wetter heute, Montag, 15. Februar 2010

Präsentiert von Daniel Schrott, Wetterdienst Südtirol

garantiert sonnig...
www.carezza.it
Carezza Ski
King of the Dolomites

Temperaturwerte
gemessen am 14.2.2010

Station	Min.	Max.
Bozen	-1	7
Meran	-2	8
Brixen	-5	7
Auer	-3	7
Bruneck	-14	2
Toblach	-14	-1
Sterzing	-15	5
Schlanders	-7	5
Laas	-13	3
Reschen	-18	-3
Innsbruck	-9	-1
Trient	-1	7

Luftgüte:
Feinstaub:

Bozen	k.A.	Bruneck	k.A.
Meran	k.A.	Sterzing	k.A.
Brixen	k.A.	Latsch	k.A.

Die Luftqualität liegt meist im grünen Bereich, in den kommenden Tagen werden die Feinstaubwerte wieder etwas steigen.

Warnstufe: 50 µg/m3
Maximaler Tagesmittelwert in den letzten 24 Stunden (13.2.2010 0 - 24 Uhr) in µg/m3 Luft.
Quelle: Landesagentur für Umwelt Labor für physikalische Chemie

Biowetter
Wiederum ist speziell am Morgen mit kalten Bedingungen zu rechnen, Empfindliche sind somit einer erhöhten Erkältungsgefahr ausgesetzt. Feuchtkühle Verhältnisse halten vor allem in den Hochnebelgebieten rheumatische Beschwerden aufrecht.

Lawinenwarndienst
Ausgabe vom 12.2.2010: Erheblich Stufe 3. Die Gefahrenstellen liegen in Steilhängen aller Expositionen oberhalb der Waldgrenze. Die alten Triebschneepakete sind durch den Neuschnee teilweise nicht mehr erkennbar und weiterhin störanfällig, d.h. bereits durch geringe Zusatzbelastung, z.B. durch einen einzigen Wintersportler, auslösbar. Touren erfordern Vorsicht und Erfahrung in der Gefahrenbeurteilung.
Quelle: Lawinenwarndienst Südtirol
http://www.provinz.bz.it/lawinen/

Freundlich, einige Zeit sonnig
Zwar wirkt weiterhin ein Hoch, doch mit einem Tief über den Britischen Inseln dreht die Strömung über den Alpen in der neuen Woche immer mehr auf Süd und bringt allmählich feuchtere Luft. Der heutige Montag verläuft kalt und bringt ein paar Sonnenstunden im ganzen Land. Zeitweise ziehen aber von Süden ein paar Wolken durch, mehr werden es im Laufe des Nachmittages. Anfangs ist es wie gewohnt sehr frostig, die Tageshöchstwerte liegen wie am Sonntag zwischen -2° und +6°.

4-Tage-Prognose
Dienstag, 16.2. – Mittwoch, 17.2. – Donnerstag, 18.2. – Freitag, 19.2.

Mehr Wolken, etwas Niederschlag
Der Dienstag beginnt oft mit Hochnebel, mitunter fallen ein paar Flocken. Auch tagsüber bleibt es in manchen Regionen länger bewölkt, sonst scheint aber zeitweise die Sonne. Am Mittwoch stauen sich wieder einige Wolken, zwischendurch ist es aber sonnig, wobei die Temperaturen vor allem im Gebirge zulegen. In der Nacht auf Donnerstag sind ein paar Regen- und Schneeschauer möglich, am Donnerstag selbst lockert die Wolkendecke am Nachmittag etwas auf. Am Freitag neuerlich Niederschlag.

Reisewetter
In den meisten Regionen Europas herrscht unspektakuläres und ruhiges Winterwetter mit vielfach Nebel und Wolken über den Niederungen und Sonne auf den Bergen, etwa der Alpen und der Pyrenäen. Kräftiger Niederschlag fällt in Schottland, ebenso regnet es wiederholt in Südspanien und am Schwarzen Meer. Lediglich an der türkischen Riviera steigen die Temperaturen auf frühlingshafte 20 Grad.

Mondkalender in Zusammenarbeit mit Paungger & Poppe

Tipps für heute, 15. Februar
Böden trocken putzen, Wasserinstallationsarbeiten, Stall neu beziehen
Empfohlen: Blumengießen
Element: **Wasser** – Tagesqualität: **Feuchte** – Nahrungsqualität: **Kohlenhydrate** – Pflanzenteil: **Blatt** – Körperzone: **Füße, Zehen** – Organsystem: **Nervensystem**

Tipps für morgen
Empfohlen: Blumengießen
Element: **Wasser** – Tagesqualität: **Feuchte** – Nahrungsqualität: **Kohlenhydrate** – Pflanzenteil: **Blatt** – Körperzone: **Füße, Zehen** – Organsystem: **Nervensystem**

07:19 Uhr Aufgang
17:40 Uhr Untergang

07:31 Uhr Aufgang
19:20 Uhr Untergang

***Abbildung 8**: Europa und die Europaregion Tirol – Südtirol – Trentino. So sehen die* Dolomiten *aktuell das Land verortet. Quelle:* Dolomiten*, 15. Februar 2010.*

Gegensätzlich zu *VN* und *TT* verhalten sich die *Dolomiten* auch bei der grundsätzlichen Innovationsbereitschaft bezüglich Alltags- und Interaktionselementen. Erst in den 2010er Ausgaben setzen die *Dolomiten* stark auf auffordernde Interaktionselemente.

Die Presse: Wien, Wien nur du allein …

Als überregionale Vergleichszeitung orientiert sich die *Presse* erwartungsgemäß anders als regional ausgerichtete Tageszeitungen. Sie unternimmt zwar in den 1990er Jahren Versuche, Niederösterreich verstärkt einzubeziehen, wendet sich jedoch von dieser Strategie wieder ab und konzentriert sich aus örtlicher Sicht vor allem auf Wien als wachsender Stadtraum innerhalb eines neustrukturierten Europas. Der Rest Österreichs spielt eine Nebenrolle (vgl. Abbildung 9).

Hinsichtlich der Alltags- und besonders der Interaktionselemente übt sich die *Presse* in Zurückhaltung. Die Wetterinformation entwickelt sich seit 1990 nur mäßig und dient nicht als politisches Statement wie bei *TT* und *Dolomiten* oder als Ausdruck von Identität wie bei den *VN* (vgl. Abbildung 10). Auch die Leserbriefe als markantes Beispiel für Interaktion werden nicht zu Leserforen weiterentwickelt, sondern sind schlichter Bestandteil von Meinungsseiten, deren Kern Fremdkommentare sind.

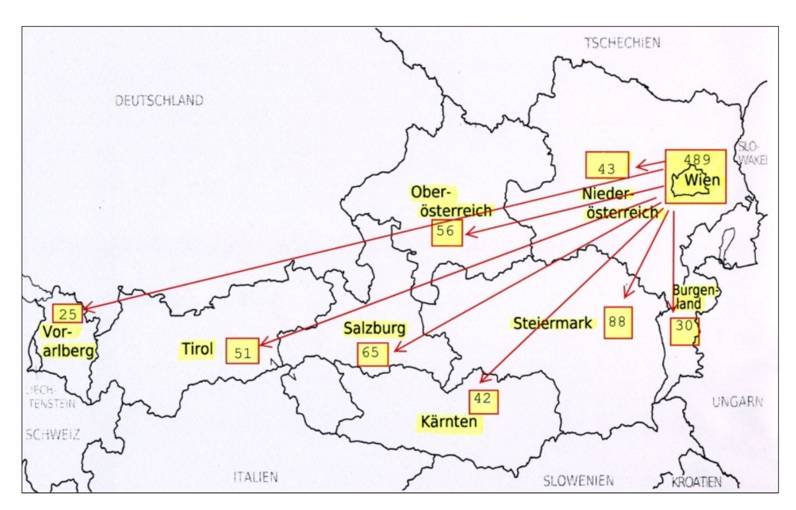
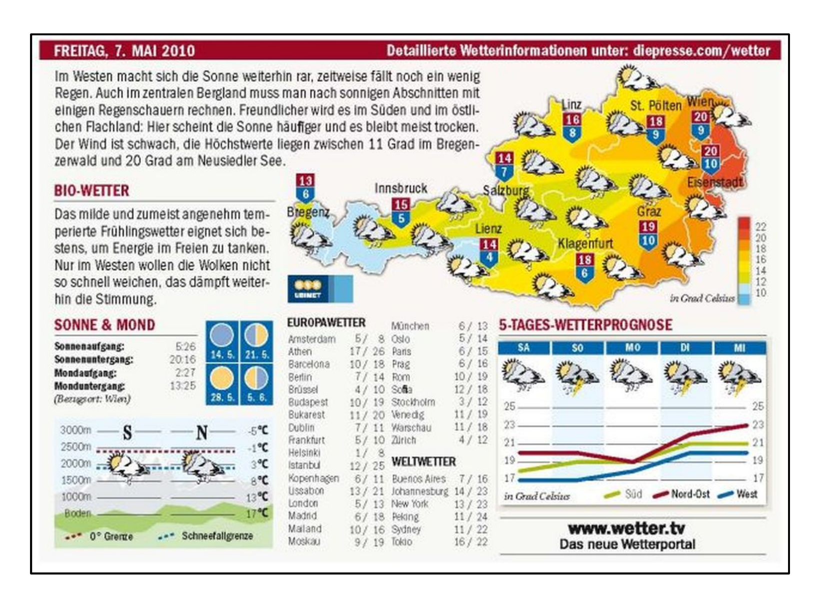


Abbildung 9*: Zum Vergleich: Die überregionale Presse bildet im Verbreitungsgebiet Österreich zu einem überragenden Teil Wien ab. Das zeigt sich in den absoluten Nennzahlen. Seit neuestem holt die Steiermark etwas auf.*



FREITAG, 7. MAI 2010 — **Detaillierte Wetterinformationen unter: diepresse.com/wetter**

Im Westen macht sich die Sonne weiterhin rar, zeitweise fällt noch ein wenig Regen. Auch im zentralen Bergland muss man nach sonnigen Abschnitten mit einigen Regenschauern rechnen. Freundlicher wird es im Süden und im östlichen Flachland: Hier scheint die Sonne häufiger und es bleibt meist trocken. Der Wind ist schwach, die Höchstwerte liegen zwischen 11 Grad im Bregenzerwald und 20 Grad am Neusiedler See.

BIO-WETTER

Das milde und zumeist angenehm temperierte Frühlingswetter eignet sich bestens, um Energie im Freien zu tanken. Nur im Westen wollen die Wolken nicht so schnell weichen, das dämpft weiterhin die Stimmung.

SONNE & MOND

Sonnenaufgang:	5:26
Sonnenuntergang:	20:16
Mondaufgang:	2:27
Monduntergang:	13:25

(Bezugsort: Wien)

14. 5. 21. 5. 28. 5. 5. 6.

	S	N	
3000m			-5°C
2500m			-1°C
2000m			3°C
1500m			8°C
1000m			13°C
Boden			17°C

0° Grenze — Schneefallgrenze

EUROPAWETTER

Amsterdam	5 / 8	München	6 / 13
Athen	17 / 26	Oslo	5 / 14
Barcelona	10 / 18	Paris	6 / 15
Berlin	7 / 14	Prag	6 / 16
Brüssel	4 / 10	Rom	10 / 19
Budapest	10 / 19	Sofia	12 / 18
Bukarest	11 / 20	Stockholm	3 / 12
Dublin	7 / 11	Venedig	11 / 19
Frankfurt	5 / 10	Warschau	11 / 18
Helsinki	1 / 8	Zürich	4 / 12
Istanbul	12 / 25		
Kopenhagen	6 / 11		
Lissabon	13 / 21		
London	5 / 13		
Madrid	6 / 18		
Mailand	10 / 16		
Moskau	9 / 19		

WELTWETTER

Buenos Aires	7 / 16
Johannesburg	14 / 23
New York	13 / 23
Peking	11 / 24
Sydney	11 / 22
Tokio	16 / 22

5-TAGES-WETTERPROGNOSE

www.wetter.tv
Das neue Wetterportal

Abbildung 10: *Die Wetterinformation konzentriert sich in der* Presse *bildlich auf Österreich und ist im Vergleich zu ihren regionalen Vergleichszeitungen ein eher stagnierendes Alltagselement, wohl auch, weil es nicht als politisches Statement eingesetzt wird.*
Quelle: Die Presse*, Freitag, 7. Mai 2010.*

Was den Themenreigen betrifft, ist auch in der *Presse* ein leichter Trend zu Entpolitisierung feststellbar, wobei im Gegenzug kulturelle Themen in den RL-Teilen verstärkt vorkommen und auch die kriminalistischen Themen rund um Verbrechen, Unfälle, Gerichtsprozesse zunehmen.

Fazit

Ab 1995/2000 beginnt bei allen untersuchten Tageszeitungen die Vernachlässigung des Themenkreises Umwelt, Verkehr und Energie. Das ist umso unverständlicher, als diese Themen für die Bewohner der Regionen immer relevanter werden (vgl. beispielsweise Basisdaten der MA 2011/12), was sich auch in den Ergebnissen der Leserbriefanalysen zeigt. Hier entfernen sich die Tageszeitungen thematisch von ihren Leserinnen und Lesern (vgl. Abbildung 11).

Mit der Vernachlässigung der zwar alltagsrelevanten Umwelt-Kategorie steigt bei den österreichischen Tageszeitungen *TT*, *VN* und der überregionalen *Presse* die Tendenz zu Entpolitisierung und Skandalisierung. Das heißt, hier werden bewusst das Themenspektrum beeinflusst und die RL-Teile inhaltlich ausgedünnt und der öffentliche Diskurs im Nahfeld verliert an Relevanz.

Die *Dolomiten* wandern weniger auf diesem boulevardisierten Pfad, sondern betonen noch das örtliche Nahfeld, wobei sie täglich ein breites Themenspektrum abdecken und den politischen Rom-Bezug nur dann aktualisieren, wenn er für die Südtiroler Autonomie von Belang ist. Die Kehrseite der immer stärker werdenden Lokalität ist die Abgeschlossenheit eines Raumes. Das entspricht vielleicht der Absicht einer Gesinnungszeitung, wie es die *Dolomiten* sind, aber immer weniger dem Alltag der Südtirolerinnen und Südtiroler in einem dreisprachigen Kulturraum.

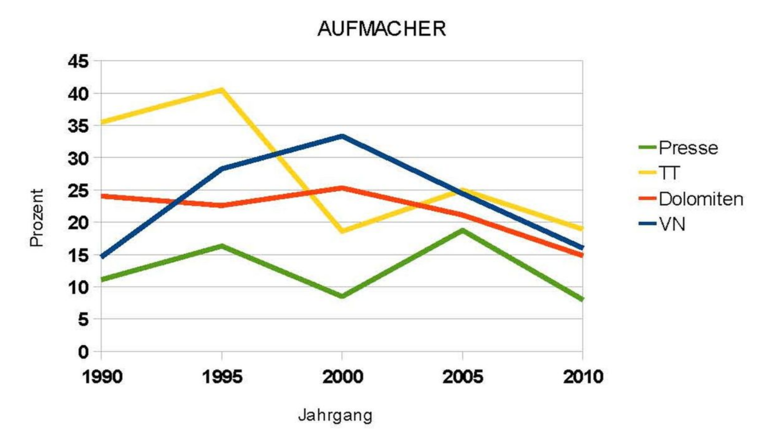


Abbildung 11: *Die Zeitreihe der Großkategorie Umwelt und Versorgung (Aufmacheranalyse) zeigt, dass die untersuchten Tageszeitungen diesen Themenkreis vernachlässigen.*

Wachsende Abnabelung und Abschottung erzeugen auch die *VN*. Die *VN* inszenieren vor dem Hintergrund rasant fallender Reichweiten eine kleine auf sich blickende Vorarlberger Ländle-Welt. Freilich spießt sich diese Inszenierung mit dem Alltag der Leserinnen und Leser, vor allem jener im Rheintal-Bodenseegebiet, das sich zu den Nachbarn in der Schweiz, in Liechtenstein und Deutschland öffnet, was sich beispielsweise im grenzüberschreitenden Arbeiten, Einkaufen, Freizeitverhalten äußert (vgl. Statistik Austria 2001, Studer 2006).

Darüber hinaus zeigen *TT* und *VN* – und auch die überregionale *Presse* – eine Tendenz zur Verstädterung, zur Konzentration auf die wirtschaftlich lukrativen und dicht besiedelten Zonen ihrer Regionen. Diese zunehmende Vernachlässigung ländlicher Gebiete erzeugt diskursärmere Zonen. Das widerspricht dem Anspruch der Leserinnen und Leser, die von regionalen Zeitungen besonders jene lokale Kompetenz einfordern, die Zeitungsverantwortliche für sich auch beanspruchen (vgl. Reitze & Ridder 2011 und VÖZ 2012a).

Abschließend ist festzuhalten: Lesernähe ist also nicht nur ein Modell, sondern auch ein Analysekonzept, das sich in der Praxis bewährt und differenzierte Aussagen zu Situation und Entwicklung regionaler Tageszeitungen ermöglicht. Die Ergebnisse zeigen, welche Aspekte vernachlässigt oder gestärkt werden, und diese Tendenzen können als Annäherung oder Entfernung zwischen Zeitung und Leserinnen und Lesern eingeordnet werden. Diese Einordnung erfolgt mit Hilfe eines Interpretationsgerüsts, das sich aus Eigenansprüchen und Basisdaten sowie den regionalen Raumfolien zusammensetzt.

Literatur

Athesiagruppe (2013). Abgerufen unter www.athesiagruppe.com [Stand vom 14-03-2013].

Bausinger, Hermann (1983): Alltag, Technik, Medien. In: Pross, Harry & Rath, Claus-Diether (Hrsg.): *Rituale der Medienkommunikation. Gänge durch den Medienalltag*. Berlin, Marburg: Guttandin & Hoppe.

Bausinger, Hermann (1987): *Region. Gutachten zu einer rundfunkrelevanten Kategorie*. Stuttgart: Süddeutscher Rundfunk.

Bausinger, Hermann (1996): *Zur Identität der Baden-Württemberger. Kulturelle Raumstruktur und Kommunikation in Baden-Württemberg*. Stuttgart: Süddeutscher Rundfunk (= Südfunk-Hefte 23).

BDZV – Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (Hrsg.) (2000): *Zeitungen 2000*. Berlin: Zeitungs-Verlag Service.

BDZV – Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (Hrsg.) (2012): *Zeitungen 2012/13*. Berlin: Zeitungs-Verlag Service.

Brosius, Hans Bernd; Koschel, Friederike & Haas, Alexander (2009): *Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung*. 5. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften (= Studienbücher zur Kommunikations- und Medienwissenschaft).

Bucher, Hans-Jürgen & Schumacher, Peter (2007): Tabloid versus Broadsheet: Wie Zeitungsformate gelesen werden. *Media Perspektiven* 10, S. 514–528. Abgerufen unter: http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/10-2007_Bucher.pdf [Stand vom 14.03.2013].

DeCerteau, Michel (1988): *Kunst des Handelns*. Berlin: Merve.

Fidler, Harald (2008): *Österreichs Medienwelt von A bis Z. Das komplette Lexikon mit 1000 Stichwörtern von „Abzockfernsehen“ bis „Zeitungssterben“*. Wien: Falter Verlag. Aktualisierungen online unter www.dieMedien.at [Stand vom 14-03-2013].

FIEG – Federazione Italiana Editori Giornali (2013): *Verband der italienischen Zeitungsverleger*. Abgerufen unter www.fieg.it [Stand vom 14-03-2013].

Früh, Werner (2007): *Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis*. 6. überarb. Aufl. Konstanz: UVK.

Hartmann, Frank (2006): *Globale Medienkultur. Technik, Geschichte, Theorien*. Wien: WUV Facultas.

Heilbronner Stimme (2008a): *Leserbefragung 2008. Teil 1: Top-Werte im Regionalen*. Samstag, 6. September 2008, S. 6. Abgerufen unter http://www.stimme.de/storage/med /medienunternehmen/1413_Leserbefragung2008.pdf [Stand vom 14-03-2013].

Heilbronner Stimme (2008b): *Leserbefragung 2008. Teil 2: Die Zeitung als täglicher Begleiter*. Samstag, 13. September 2008, S. 42. Abgerufen unter http://www.stimme.de/storage /med/medienunternehmen/1435_leserbefragung.pdf [Stand vom 14-03-2013].

Heilbronner Stimme (2008c): *Leserbefragung 2008. Teil 3: Das Sprachrohr ihrer Heimat. Samstag, 20. September 2008*, S. 40. Abgerufen unter http://www.stimme.de/storage /med/medienunternehmen/1446_TZG080920WT_040V01.pdf [Stand vom 14-03-2013].

Heilbronner Stimme (2008d): *Leserbefragung 2008. Teil 4: Beurteilung der Werbung und der Neuen Medien*. Mittwoch, 27. September 2008, S. 38. Abgerufen unter http://www.stimme.de/storage/med/medienunternehmen/1458_leserbefragung4.pdf [Stand vom 14-03-2013].

ITZ-Kongress 2003 (2003): *Vision Zeitung. Die Krise als Chance. 27. Bis 29. April 2003 in Duisburg. Dokumentation*. Duisburg.

Jarren, Otfried; Künzler, Matthias & Puppis, Manuel (2012): *Medienwandel oder Medienkrise? Folgen für Medienstrukturen und ihre Forschung.* Baden-Baden: Nomos (= Medienstrukturen 1.).

Jonscher, Norbert (1995): *Lokale Publizistik. Theorie und Praxis der örtlichen Berichterstattung. Ein Lehrbuch.* Opladen: Westdeutscher Verlag.

Kaschuba, Wolfgang (2006): *Einführung in die Europäische Ethnologie*. 3. Aufl. München: C. H. Beck.

Kirchhoff, Sabine & Krämer, Walter (2010): *Presse in der Krise.* Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Lüger, Heinz-Helmut (1995): Pressesprache. *Germanistische Arbeitshefte* 28. 2., neu bearb. Aufl. Tübingen: Niemeyer.

MA – Verein Arbeitsgemeinschaft Media-Analysen (2011/12) (Hrsg.): *MA 2011/12.* Wien. Media-Analysen sind ab 2001 auch unter www.media-analyse.at online abrufbar [Stand vom 14-03-2013].

Märkische Oderzeitung (2009): *Märkische Oderzeitung. Die Ergebnisse der großen Leserumfrage der Märkischen Oderzeitung*. Sonnabend/Sonntag, 25./26. April 2009, S. V1. Abgerufen unter http://www.mediaconsultingteam.de/cms/upload/dokumente/leserumfrage.pdf [Stand vom 14-03-2013].

Meyer, Werner A.; Bonfadelli, Heinz & Trappel, Josef (Hrsg.) (2012): *Gehen in den Leuchttürmen die Lichter aus? Was aus den Schweizer Leitmedien wird.* Berlin, Zürich: Lit.

Mlitz, Andrea (2008): *Dialogorientierter Journalismus. Leserbriefe in der deutschen Tagespresse*. Konstanz: UVK (= Forschungsfeld Kommunikation 26).

Moser Holding (2013). Abgerufen unter www.moserholding.com. [Stand vom 14-03-2013].

Plaikner, Antje (2012): *Grenzenlos nah: Die Entwicklung regionaler Tageszeitungen seit 1990 in Österreich und Südtirol anhand der Kategorie Lesernähe*. Dissertation, Universität Innsbruck.

Petz, Hermann (2012): Die Macht der Transparenz und die Grenzen der Anonymität. Grußwort zum Medientag 2011 der Innsbruck Media Studies. In: Rußmann, Uta; Beinsteiner, Andreas; Ortner, Heike & Hug, Theo (Hrsg.): *Grenzenlose Enthüllungen? Medien zwischen Öffnung und Schließung*. Innsbruck: Innsbruck University Press.

Reitze, Helmut & Ridder, Christa-Maria (Hrsg.) (2011): *Massenkommunikation VII. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964–2010.* Baden-Baden: Nomos (= Schriftenreihe Media-Perspektiven).

Riess, Christoph (Speaker) (2011): *World Press Trends 2011. Vienna*. Abgerufen unter: http://www.schweizermedien.ch/fileadmin/schweizermedien/brancheninfos/WPT_2011_Zusammenfassung_Riess.pdf [Stand vom 14-03-2013].

Rohrbeck, Felix & Kunze, Anne (2010): *Journalismus nach der Krise. Aufbruch oder Ausverkauf?* Köln: Halem (= Edition Medienpraxis 7).

Russmedia (2013). Abgerufen unter: www.russmedia.com. [Stand vom 14-03-2013].

Ruß-Mohl, Stephan (2009): *Kreative Zerstörung. Niedergang und Neuerfindung des Zeitungsjournalismus in den USA*. Konstanz: UVK.

Statistik Austria (Hrsg.) (2001): *Freizeitaktivitäten 1998. Ergebnisse des Mikrozensus September 1998.* Wien.Verlag Österreich GmbH.

Studer, Lucia (2006): *Hintergründe der grenzüberschreitenden Pendlerströme in der Bodenseeregion. Institut für sozialwissenschaftliche Regionalforschung. Veröffentlichungen 2. Bregenz.* Abgerufen unter: http://www.vorarlberg.at/pdf/studer_pendlerstroeme.pdf [Stand vom 14-03-2013].

VÖZ – Verband Österreichischer Zeitungen (Hrsg.) (2000): *Presse 2000. Dokumentation. Analysen. Fakten. Tätigkeitsbericht des VÖZ*. Wien.

VÖZ – Verband Österreichischer Zeitungen (Hrsg.) (2012a): *Mehrwert. Public Value Bericht des Verbandes Österreichischer Zeitungen.* Wien.

VÖZ – Verband Österreichischer Zeitungen (Hrsg.) (2012b): *Geschäftsbericht 2011/2012*. Wien.

VSM – Verband Schweizer Medien (2013). Abgerufen unter: www.schweizermedien.ch. [Stand vom 14-03-2013].

Wolff, Volker (2006): *ABC des Zeitungs- und Zeitschriftenjournalismus*. Konstanz: UVK (= Praktischer Journalismus 67).

Zenhäusern, Mario & Vahrner, Alois: Nummer 1 dank großer Lesernähe. *Tiroler Tageszeitung.* Extra-Ausgabe. Mittwoch, 18. April 2012, S. 3.

ZMG – Zeitungs Marketing Gesellschaft (Hrsg.) (2013): *Zeitungsqualitäten 2013*. Frankfurt am Main.

Zwei Tage durchs Karwendel – Alpine Raumkonzepte im Tourismusmarketing

Maria Stopfner

Zusammenfassung

So wie der Raum seitens der Geisteswissenschaften mit zunehmendem Interesse untersucht worden ist (vgl. Döring & Thielmann 2008, 2009), so hat umgekehrt die Human- und Sozialgeographie die Diskursanalyse für sich entdeckt (vgl. Werlen 2000, 2008). Gleichzeitig machen die Ergebnisse kognitionswissenschaftlicher Studien deutlich, dass die menschliche Raumvorstellung klaren Strukturen folgt und wir den Raum nicht so frei bzw. objektiv wahrnehmen, wie wir gemeinhin glauben (vgl. u.a. Talmy 1983, 1985, 1996, 2000; vgl. Levinson 2003). Im folgenden Beitrag geht es nun weniger um die topographische Auslese als vielmehr um die topologische Rückführung unterschiedlicher Raumerzählungen auf ihre kognitive Grundstruktur. Der Fokus der Untersuchung liegt auf dem Raumkonzept der Tirol Werbung, die über die Raumerzählungen auf blogtirol.at ihr Verständnis vom alpinen Raum diskursiv verankern möchte.

Einleitung

In den letzten Jahren hat das Interesse am Raum stark zugenommen und ist unter dem Begriff *Spatial Turn* fast allgegenwärtig. Döring und Thielmann (vgl. Döring & Thielmann 2009, 9f.) verfolgen die Geschichte des Begriffs bis in das Jahr 1989 zurück, wo er erstmals bei Edward Soja, einem nordamerikanischen Humangeographen, in einer Zwischenüberschrift zur Postmoderne in der Geographie auftaucht. In den Kultur- und Sozialwissenschaften hat der Begriff des *Spatial Turn* mittlerweile zwei Spielarten ausgebildet: den *Topographical Turn* und den *Topological Turn* (vgl. Döring & Thielmann 2009, S. 13). Der topographische Ansatz versucht, Raum anhand von „Zeichen oder Spuren semiotisch, grammatologisch oder archäologisch" (Weigel 2002, S. 160) kritisch auszulesen. Die Topographie ist damit im weitesten Sinn auf Texte angewiesen, in denen Raum sprachlich und/oder bildlich verwirklicht wird, etwa in Form von Landkarten, die lange Zeit den Schwerpunkt topographischer Analysen bildeten (vgl. Döring & Thielmann 2009, S. 17). Der topologische Ansatz fokussiert hingegen auf die zugrunde liegenden Regeln, nach denen die verschiedenen Raumelemente zueinander in Bezug gesetzt, also relational bestimmt werden (vgl. Günzel 2007, S. 17). Während von topographisch-kritischer Seite gefragt wird, wie Raumvorstellungen beeinflusst und verändert werden können, ist es der Topologie an der „Identifikation einander ähnlicher Strukturen" (Günzel 2007, S. 21) gelegen, das heißt, sie sucht nach den gleichbleibenden Beziehungen hinter den Veränderungen. Günzel illustriert den Unterschied zwischen den beiden Ansätzen anhand des Londoner U-Bahn-Plans (vgl. Günzel 2008, S. 227): Während sich die topographische Darstellung des U-Bahn-Netzes über die Jahrzehnte deutlich verändert, bleibt die topologische Beziehung zwischen den einzelnen Stationen gleich.

Auch die Linguistik hat sich in den letzten Jahren vermehrt um das Verhältnis von Raum und Sprache bemüht. Dies gilt besonders für kognitionswissenschaftliche Ansätze, die ähnlich wie die Topologie auf der Suche nach der zugrunde liegenden Systematik sind. Die Kognitionswissenschaft möchte dabei Einblick in die Frage gewinnen, wie der Mensch Raum mental verarbeitet, organisiert und abspeichert. Grundlegend für den kognitionswissenschaftlichen Zugang ist die Annahme, dass Sprache und Denken eng miteinander verwoben sind: Für die Kognitionswissenschaft wird damit das Sprachsystem zu einem Spiegel für die kognitiven Abläufe im Gehirn (vgl. Levinson 2003). Die Strukturen, mit denen wir Raum sprachlich fassen, lassen also auf den kognitiven Rahmen schließen, in den unsere Raumvorstellungen und Raumwahrnehmungen gefasst sind.

Während man nun seitens der Geisteswissenschaft den Raum für sich entdeckte (vgl. Döring & Thielmann 2008, 2009), wandte sich umgekehrt die Human- und Sozialgeographie dem Diskurs zu (vgl. Harendt & Sprunk 2011), indem man weniger danach fragte, wie Raum den Menschen beeinflusst, sondern vielmehr wie der Mensch den Raum im Diskurs für sich mit Bedeutung füllt und erschließt (vgl. Werlen 2000, 2008). Die Gestaltungshoheit über den Raum ist jedoch keineswegs gleichmäßig verteilt (vgl. Werlen 2000, 13): Politik und Medien verfügen über deutlich mehr Möglichkeiten, Einfluss auf den Raumdiskurs zu nehmen; auch die Wirtschaft und hier speziell die Tourismuswirtschaft versucht, Räume den eigenen Vorstellungen entsprechend zu deuten. Die Raumbilder der (Tourismus-)Werbung wirken hier laut Schlottmann nicht unmittelbar, sondern liefern vielmehr eine stereotype Schablone, entlang derer Raum individuell ausgelesen wird:

> „Es geht um die Diskussion einer subtileren symbolischen Machtausübung, also nicht um eine Ausbreitung von Symbolen im Raum, sondern um den machtdurchdrungenen Prozess der Institutionalisierung der *strukturellen* Grundlagen von Weltbetrachtungen und *Lesarten des Raumes*, um die Vormacht *spezifischer Weisen* der Welterzeugung." (Schlottmann 2005, S. 142f.)

Die Anwendungen des Web 2.0 laufen dieser institutionalisierten Gestaltungshoheit zuwider, indem sie das „alltägliche Geographie-Machen" (Werlen 2000, S. 12) demokratisieren und allgemein zugänglich machen (siehe dazu auch Stopfner 2014): Userinnen und User können etwa bestimmte Punkte auf der Landkarte als Lieblingsorte markieren (z.B. über Google Maps), sie können sich selbst online verorten (z.B. bei Foursquare) oder aber ihre Raumerlebnisse über Weblogs öffentlich mit anderen teilen. Das offizielle Organ des Tiroler Tourismusmarketings, die Tirol Werbung, macht sich nun die höhere Glaubwürdigkeit von nutzergenerierten Einträgen zu Nutze und erhebt unter dem Slogan „Wir wissen Tirol" (blogtirol.at) die soziale Aneignung geographischer Räume zur Devise: Auf blogtirol.at, dem Weblog der Tirol Werbung, werden „Tirol LiebhaberInnen", „Tourismus Experten" und „begeisterte Tirol Urlauber" eingeladen, ihre „schönsten Erlebnisse" mit denen zu teilen, die das „Land im Gebirg' mit ähnlicher Leidenschaft entdecken möchten wie wir" (blogtirol.at/autoren, 10.01.2013). Der in den Blogeinträgen erlebte und erzählte Raum Tirol lässt jedoch stets das Markenkonzept der Tirol Werbung durchschimmern, indem er den Interessen der Tourismuswirtschaft entsprechend modelliert und kartografiert wird.

Ziel des vorliegenden Beitrags ist es, das zugrundeliegende Raumkonzept der Tirol Werbung freizulegen, wie es in den Blogeinträgen auf blogtirol.at abzulesen ist. Dabei ist weniger an der topographischen Auslese der unterschiedlichen Raumerzählungen gelegen, als vielmehr an der topologischen Rückführung der erzählten Räume auf ihre kognitive Grundstruktur. Zunächst soll der kognitionswissenschaftliche Raster erläutert werden, mittels dessen die Raumdarstellungen auf blogtirol.at linguistisch analysiert werden. Daran anschließend wird der diskursanalytische Ansatz der Human- und Sozialgeographie kurz vorgestellt, der die Ergebnisse der Untersuchung in einen größeren, gesellschaftspolitischen Zusammenhang stellt. Beide Ansätze werden daraufhin für die Analyse der Einträge auf dem Weblog der Tirol Werbung zusammengeführt, wobei angenommen wird, dass kognitive Strukturen zwar ein bestimmtes Koordinatensystem zugrunde legen, die Position der einzelnen Punkte im Koordinatensystem und damit die konkrete Dimensionierung des Raums jedoch diskursiv, in diesem Fall abhängig vom Marketingkonzept der Tourismuswirtschaft, festgelegt werden. Aus der wiederholten Bemessung des Raums entlang bestimmter Koordinaten erwächst eine stereotype Raumschablone, die bestimmte Raumerwartungen schürt und die zum Bezugspunkt für die individuelle Raumerfahrung wird.

Kognitive Raumstrukturen

Räumliches Denken ist ausschlaggebend für jeden Bereich unseres Lebens und umfasst so unterschiedliche Fähigkeiten wie das Wiedererkennen von Formen oder die räumliche Koordination unserer Gliedmaßen (vgl. Levinson 2003). Wie stark unser Gehirn mitbestimmt, was wir zu sehen glauben, wird vor allem auch dann deutlich, wenn das Gehirn Schaden nimmt: So haben Patientinnen und Patienten, die am Vernachlässigungsproblem (engl. „neglect“) leiden, Schwierigkeiten, Reize aus einer Raumhälfte wahrzunehmen (vgl. O’Shea 2009). Zwei Punkte sind in Zusammenhang mit „neglect“ von kognitionswissenschaftlicher Seite ausschlaggebend: Erstens scheinen wir nur jene Dinge im Raum wahrzunehmen, auf die wir unsere Aufmerksamkeit richten; zweitens werden Räume, die wir nicht aktiv wahrnehmen bzw. nicht wahrnehmen können, vom Gehirn mit Information aus dem Gedächtnis aufgefüllt. Doch wie lernen wir „Raum“?

Ein weitgehend akzeptiertes Modell geht laut Montello davon aus, dass wir zunächst einzelne, signifikante Orientierungspunkte abspeichern („Landmark Knowledge“), daraufhin bringen wir die einzelnen Orientierungspunkte in eine lineare Abfolge („Route Knowledge“), zuletzt setzen wir alle Orientierungspunkte zueinander in Beziehung und gewinnen daraus eine Art Übersichtsplan („Survey Knowledge“), der es uns etwa erlaubt, den kürzesten Weg zwischen zwei Punkten zu finden (vgl. Montello 2001). Wie bereits in der Einleitung ausgeführt, kommt bei der Untersuchung der kognitiven Basis unserer Raumwahrnehmung der Analyse sprachlicher Muster besondere Bedeutung zu, wird doch angenommen, dass eine Entsprechung besteht zwischen kognitiver Repräsentation und sprachlicher Umsetzung. Taylor und Tversky (1992a) konnten hier im Rahmen eines Laborversuchs zudem nachweisen, dass rein sprachlich vermittelte Raumbeschreibungen auf ähnliche Weise mental repräsentiert werden wie bildliche Darstellungen. Vor die Aufgabe gestellt, Räume zu beschreiben, können Sprecherinnen bzw. Spre-

cher nun verschiedene Perspektiven einnehmen (vgl. Taylor & Tversky 1992b): Sie können den Raum aus Sicht der Person darstellen, die ihn (fiktiv) durchwandert (Routenperspektive), oder aber sie stellen aus der Vogelperspektive Beziehungen zwischen einzelnen Raumformationen her (Überblicksperspektive). Die Perspektive, die im Laufe der Beschreibung eingenommen wird, hat jedoch Einfluss darauf, welche Objekte in den Vordergrund gerückt bzw. überhaupt evoziert werden (vgl. Taylor & Tversky 1992b). Generell tendieren wir, so Taylor und Tversky (1992a), dazu, größere bzw. hervorstechende Raumeinheiten zuerst darzustellen und einzelne Details zu Gruppen zusammenzufassen; wo dies nicht möglich ist, greifen wir entweder auf funktionale Aspekte zurück, indem wir bei der Raumbeschreibung etwa beim Eingang ansetzen, oder wir lehnen uns an den gewohnten Leseverlauf an, indem wir von oben nach unten und von links nach rechts vorgehen. Der Raum wird dabei, so Talmy, grundsätzlich über zwei Subsysteme kognitiv erfasst (vgl. Talmy 2000, S. 180; siehe dazu auch Talmy 1983, 1985): Das erste Subsystem bildet den Rahmen, in dem verortet wird; das zweite Subsystem besteht aus den Objekten, die im ersten Subsystem verortet werden sollen. Bei der Verortung des zweiten Subsystems im ersten Subsystem können nach Levinson (2003) drei unterschiedliche Referenzrahmen bemüht werden (vgl. Levinson 2003): Der relative Referenzrahmen verortet das Zielobjekt aus Sicht der Sprecherin bzw. des Sprechers in Bezug auf ein Referenzobjekt (z.B. X *ist links/rechts von* Y); der absolute Referenzrahmen verortet das Zielobjekt in Bezug auf ein Referenzobjekt unabhängig von der Sicht der Person, indem etwa die Himmelsrichtung angegeben wird (z.B. X *ist im Norden/Süden/Westen/Osten von* Y); der intrinsische Referenzrahmen macht es erforderlich, dass das Referenzobjekt bereits eine bestimmte Ausrichtung enthält, in Richtung derer das Zielobjekt verortet werden kann (z.B. X *ist vor/hinter/neben* Y).

Eine grundsätzliche Unterscheidung besteht nach Talmy auch zwischen statischen und dynamischen Konzepten, je nachdem, ob eine Region oder ein Ort umrissen oder ob ein Pfad nachgezeichnet werden soll (vgl. Talmy 2000). Die Navigation durch den Raum fußt laut Montello auf zwei Grundpfeilern (vgl. Montello 2005): auf der spezifischen Fortbewegungsart des zweiten Subsystems, die sich abhängig vom Untergrund und der Umgebung gestaltet, sowie auf der Wegfindung, die die zielgerichtete Bewegung des Körpers durch den Raum bezeichnet. Sollte das Ziel nicht direkt einsehbar sein, erfolgt die Wegfindung über die Auswahl einer Reihe von Subzielen, die Orientierungspunkte darstellen, die in linearer Abfolge angestrebt werden (siehe dazu auch Allen 1997). Eine weitere Möglichkeit der Wegfindung besteht neben der Angabe von Orientierungspunkten darin, das Medium, auf dem eine bestimmte Wegstrecke verläuft, anzugeben (vgl. Slobin 1996).

Doch bei aller Gesetzmäßigkeit wird Raum nicht in allen Kulturen gleich strukturiert und sprachlich erfasst: Während für den westlichen Raumbegriff vor allem die Referenz auf das Hier-Jetzt-Ich des Sprechers bzw. der Sprecherin von Bedeutung ist (vgl. Bühler 1934), erfolgt in anderen Kulturkreisen die Orientierung unabhängig von der Person vornehmlich über absolute Raumreferenzen (vgl. Levinson 2003). Auch bei Flächen- und Längenangaben finden sich kulturell bedingte Unterschiede: Während im heutigen Europa das metrische System vorherrscht, wurden bei den Sumerern Flächen vom anthropozentrischen Standpunkt der für die Bestellung notwendigen Samenmenge bemessen, bei den Jukagiren entspricht das Längenmaß der Zeit, die benötigt wird, damit ein Kessel Wasser kocht, usw. (vgl. Vater 1991, S. 21). Mit

anderen Worten können charakteristische Gegebenheiten einer Gesellschaft zum Maßstab für den Raum werden (vgl. Vater 1991, S. 21). Für Levinson zeigt sich hier wieder der Wert des Sprachsystems für die Untersuchung kognitiver Abläufe: „It turns out […] that in fact language and thought closely parallel one another, and thus linguistic diversity is reflected in cognitive diversity." (Levinson 2003, S. 2)

Raumdiskurse

Vor allem in Hinblick auf die zunehmende Globalisierung wird laut Werlen deutlich, dass der Mensch nicht nur Geschichte, sondern auch Geographie macht (vgl. Werlen 2000, S. 13): „So wie wir über die Art unseres Handelns am Verlauf der Geschichte beteiligt sind, so gestalten unsere Lebensweisen auch die Geographie mit" (Werlen 2000, S. 13). Werlen spricht in diesem Zusammenhang von alltäglichen Regionalisierungen, die er als „Praktiken der Verknüpfung von Bedeutung und Materie" (Werlen 2000, S. 14) versteht, das heißt als bestimmte Handlungstypen, mit denen wir die Welt auf uns beziehen und damit regionalisieren. Er unterscheidet dabei drei grundlegende Typen „alltäglichen Geographie-Machens" (Werlen 2000, S. 12): produktiv-konsumtive, normativ-politische und informativ-signifikative Regionalisierungen (Werlen 2000, S. 14; Werlen 2008, S. 304). Geographien der Produktion und Konsumtion (vgl. Werlen 2000, S. 15) erheben auf einer ersten Ebene, wie sowohl Produzentinnen und Produzenten als auch Konsumentinnen und Konsumenten die (Produkte-)Welt auf sich beziehen, unter welchen Bedingungen dies geschieht und mit welchen (globalen) Folgen; auf einer zweiten Ebene wird hinterfragt, wer diese Beziehungen kontrolliert. Normativ-politische Regionalisierungen (vgl. Werlen 2000, S. 15f.) umfassen Geographien normativer Aneignung und Kontrolle auf staatlicher wie privater Ebene. Die wichtigste Form politischer Regionalisierung ist der Staat und dessen Untergliederung in einzelne Bundesländer, Bezirke und Gemeinden. Diese Regionalisierungen dienen, so Werlen, nicht „zur Aufteilung des Raumes […], sondern zur Regelung sozialer Problemsituationen und zur Aufrechterhaltung sozialer Praktiken" (Werlen 2000, S. 16). Der politischen Organisation des Raums stellt Werlen „alltägliche Geographien der normativen Aneignung" gegenüber, die „diskursiv festlegen, welche Handlungen wo und zu welchen Zeitpunkten durchgeführt werden können" (Werlen 2000, S. 15f.). Die entsprechenden Regelungen sind abhängig von Geschlecht, Alter, Status und Rolle und können, so Werlen, den Zugang bzw. den Ausschluss von bestimmten Lebensbereichen nach sich ziehen (vgl. Werlen 2000, S. 16). Die letzte Form der Regionalisierung bezeichnet Geographien der Information und der symbolischen Aneignung (vgl. Werlen 2000, S. 17f.): Untersucht wird hier einerseits, unter welchen Bedingungen, auf welche Art und mit welchen Folgen wir uns Rauminformationen aneignen, und andererseits, über welche Kanäle Informationen verbreitet werden und wie bzw. durch wen diese gesteuert werden; denn was uns die Dinge bzw. Räume bedeuten, hängt laut Werlen von dem uns verfügbaren Wissensvorrat ab: „Sind nun nicht mehr die lokalen Traditionen die dominante Quelle der Information und Orientierung, sondern medial vermittelte Wissensbestände, dann werden auch die verbleibenden lokalen Traditionen immer mehr von diesen durchdrungen" (Werlen 2000, S. 17). Bestimmende Akteure in Zusammenhang mit informativ-signifikativen Regionalisierungen sind natürlich Medien und Politik,

aber auch die Wirtschaft versucht, Räume normativ und symbolisch zu besetzen. Insbesondere der Tourismuswirtschaft möchte Räume ihrer jeweiligen Marketingstrategie entsprechend deuten, um der jeweiligen Region bzw. dem jeweiligen Ort als zu bewerbendem Produkt eine einzigartige, wiedererkennbare Kontur zu verleihen.

Um signifikante Regionalisierungen zu erkennen, ist es, so Werlen, notwendig, Konstitutions- und Deutungsmuster zu erfassen, wie sie im Diskurs „hervorgebracht und gelesen bzw. reproduziert werden“ (Werlen 1997, S. 410). Gefragt werden müsse, welche „symbolische, emotionale und subjektive Bedeutung“ bestimmten „erdräumlichen Ausschnitten“ zugeschrieben wird (Werlen 2000, S. 18). Für Antje Schlottmann geht es vor allem darum, zu sehen, „wie und mit welchen Konsequenzen ‚räumliche Ausschnitte‘ als (‚natürliche‘) Gegebenheiten mit bestimmten Eigenschaften, also als objektive Tatsachen, aufgefasst und ‚gedeutet‘ werden […]“ (Schlottmann 2005, S. 115). Ziel des vorliegenden Beitrags ist es, auf Basis eines kognitionswissenschaftlich fundierten Analyserasters sich wiederholende Raumbeziehungen in den Blogeinträgen auf blogtirol.at freizulegen, die zusammen eine Raumschablone ergeben, die einerseits vom Tirol Marketing bewusst lanciert und institutionell gesteuert wird und die andererseits zur Vorlage für den geplanten Urlaub und damit für das individuelle Raumerlebnis wird.

Das Raumkonzept auf blogtirol.at

Im Folgenden soll nachgezeichnet werden, welches Raumkonzept den Blogeinträgen auf blogtirol.at zugrunde liegt, welcher Referenzrahmen dabei wiederholt herangezogen wird und wie die Orientierung im Raum erfolgt. Als Datengrundlage dienen die Blogeinträge, die 2012 auf blogtirol.at erschienen sind bzw. auf die im Analysezeitraum verlinkt wurde. Von den insgesamt 82 Blogeinträgen, die im Rahmen der Analyse erfasst wurden, wurden 60 Blogeinträge von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Tirol Werbung verfasst, in den übrigen 22 Fällen wurde auf Einträge verlinkt, die einerseits von Privatpersonen stammen (z.B. gipfel-glueck.de)[1] bzw. andererseits wiederum auf touristische Institutionen und Verbände zurückgehen (z.B. blog.kufstein.com).

Erlebnisorientiertes Handeln ist laut Schulze (2005) in der modernen Konsumgesellschaft generell wenig kreativ und weitgehend reduziert auf kommerzielle Erlebnisangebote: Der Fokus der vom Tourismusmarketing lancierten Erlebnisgeschichten auf blogtirol.at liegt hier auf modellhaften Raumerlebnissen im Sinne von meist sportlichen Aktivitäten, mit denen die Region erlebt werden soll. Das Kuchendiagramm in Abbildung 1 gibt einen Überblick über die in den Blogeinträgen behandelten Themenbereiche.

---

[1] Inwieweit private Bloggerinnen und Blogger wirklich unabhängig und unbeeinflusst vom Tourismusmarketing agieren, ist fraglich, werden manche – und hier vor allem jene mit entsprechender Reichweite und Leserschaft – doch von Seiten der Tirol Werbung für ein paar Tage eingeladen, um daraufhin über ihren Aufenthalt im Netz zu berichten.

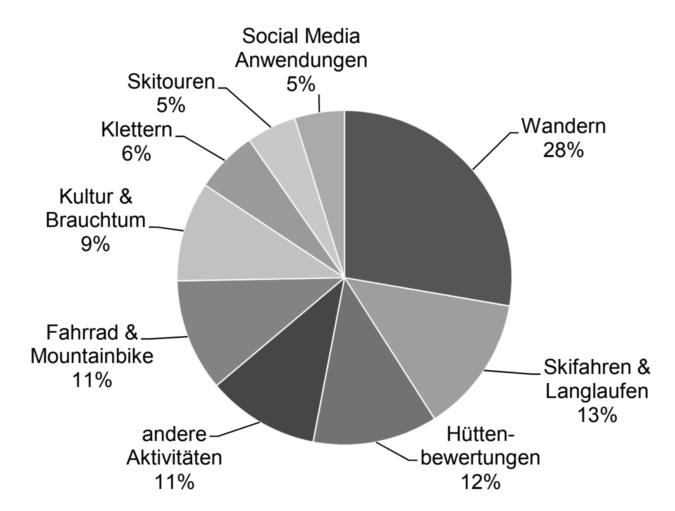


***Abbildung 1**: Anteil der in den Blogeinträgen behandelten Themenbereiche (N = 82 Blogeinträge)*

Ziel der nutzergenerierten Erzählungen von tief verschneiten Skiabfahrten und Wanderungen durch saftig grüne Almwiesen ist es, das „Land im Gebirg'" als erlebnisreiches Urlaubsziel zu bewerben. Den Hintergrund für die Urlaubserlebnisse bildet bis auf wenige Ausnahmen die Tiroler Berglandschaft: Überspitzt formuliert beginnt für das Tourismusmarketing der zu erlebende Raum Tirol dort, wo das Auto am Parkplatz abgestellt wird. Während der alpine Naturraum damit im Sinne des von Talmy formulierten ersten Subsystems den Rahmen für die Verortung stellt, ist das Objekt, das sich als zweites Subsystem im alpinen Gelände als erstem Subsystem bewegt, die Erzählerin bzw. der Erzähler, die bzw. der als ambitionierte Bergsportlerin bzw. als ambitionierter Bergsportler eine bestimmte Strecke durchwandert bzw. durchfährt und die landschaftliche Umgebung als Erlebnisraum nutzt, wie im folgenden Ausschnitt:

> *Bei dem traumhaften Spätsommerwetter der letzten Tage hat es wohl viele Gipfelstürmer und Mountainbiker nochmal in die Berge gezogen. Da fällt die Entscheidung, ob man sich aufs Radl schwingt oder doch lieber den Wanderrucksack packt, nicht leicht*.[2]

Eine Folge der spezifischen Themenausrichtung auf blogtirol.at ist weiters ein wenig statisches, dafür ausgesprochen dynamisches Raumkonzept. Dies wird bereits an den Titeln der Blogeinträge deutlich: *Zwei Tage durchs Karwendel*[3] oder *Bergtour auf den Guffert*[4]. Mit anderen Worten wird in den Raumerzählungen auf blogtirol.at weniger ein bestimmter Ort umrissen als vielmehr eine Route durch das alpine Gelände nachgezeichnet. Die Vorliebe für dynamische Raumdarstellungen geht hier an manchen Stellen so weit, dass die Wegstrecke zum

[2] http://blogtirol.at/2012/09/bike-hike-tour-padasterkogel-im-gschnitztal/, 30.01.2013.
[3] http://blogtirol.at/2012/09/zwei-tage-durchs-karwendel-am-adlerweg/, 30.01.2013.
[4] http://blogtirol.at/2012/09/bergtour-auf-den-guffert/, 30.01.2013.

Objekt zweiter Ebene wird, das heißt, anstelle des Wanderers bzw. der Wandererin setzt sich der Wanderweg selbst in Bewegung:

> *Ein wahres Urlaubserlebnis bescherte uns der Lechweg – erster „Leading Quality Trail – Best of Europe“, der nach neuen europäischen Qualitätskriterien angelegt ist. Ein Fernwanderweg, der 125 km lang in hübscher Berglandschaft einem der letzten Wildflüsse Europas – dem Lech – von der Quelle in Lech (Vorarlberg) über tiroler* [sic] *Gebiet bis zum Fall nach Füssen in Bayern folgt.*[5]

Die metaphorische Bewegung eines faktisch statischen Objekts mit linearer Ausdehnung und bestimmter Ausrichtung fällt nach Talmy in den Bereich der „fictive Motion“ (Talmy 1996, S. 214), mit dem eine Brücke zur Metapherntheorie von Lakoff und Johnson (1980) geschlagen wird. Ganz allgemein lässt sich laut Talmy (1996) ein Hang zu dynamischen Raumkonzepten erkennen; das vorwiegend dynamische Raumkonzept auf blogtirol.at stellt somit keine Ausnahme dar. Interessant ist hingegen, dass die Rauminformation im Text an diesem Punkt deutlich von der mitgelieferten Bildinformation abweicht, ist das Raumkonzept der illustrierenden Fotos doch betont statisch.

Dadurch, dass die Berge in den Blogeinträgen vornehmlich dynamisch erwandert bzw. mit dem Rad oder den Skiern erfahren werden, geht es in den Erzählungen auch weniger um die statische Verortung eines Objekts als vielmehr um die Navigation der Person auf ein bestimmtes Tourenziel zu, auf das oft bereits im Titel hingewiesen wird, z.B. *Sonnenaufgang am Hochfeiler*[6] oder *Mit dem Mountainbike aufs Marchbachjoch (1496 m)*[7]. Die Wegfindung erfolgt zunächst linear über die Abfolge mehrerer Teilziele, wobei vorausgesetzt wird, dass die Flüsse, Gipfel und Täler – wie im folgenden Ausschnitt – bzw. die Almen, Hütten und Gasthäuser als solche namentlich bekannt sind und auch geographisch verortet werden können:

> *Die Tour führt zunächst hinab zur Steinberger Ache und auf etwas breiteren Wegen direkt auf die mächtigen Rofangipfel zu. Erst im Schauertal beginnt der Pfad steiler emporzuziehen.*[8]

Versucht man mit Levinson (2003), den Referenzrahmen für die Wegführung nachzuzeichnen, so zeigt sich, dass auf blogtirol.at einerseits intrinsische Bezüge geschaffen werden, z.B. *am Fuße des Großvenedigers*[9] oder *entlang des Radwegs*[10]; andererseits finden sich auch absolute Bezüge durch die Angabe von Himmelsrichtungen, z.B. *vom See wandert man in Westlicher*

---

[5] http://blogtirol.at/2012/09/lechweg-von-der-quelle-bis-zum-fall/, 30.01.2013.
[6] http://blogtirol.at/2012/09/sonnenaufgang-am-hochfeiler/, 30.01.2013.
[7] http://blogtirol.at/2012/06/mit-dem-mountainbike-aufs-marchbachjoch-1496-m/, 30.01.2013.
[8] http://blogtirol.at/2012/08/durchs-rofangebirge-adlerweg-achensee/, 10.01.2013.
[9] http://blogtirol.at/2012/09/grossvenediger-spektakulaere-hoehenwanderung-im-virgental-teil-2/, 10.01.2013.
[10] http://blogtirol.at/2012/06/meine-top-5-radrouten-in-tirol-fuer-genuss-radfahrer/, 10.01.2013.

Richtung[11] oder indem oben und unten als absolute Werte angesetzt werden, wie im folgenden Eintrag:

> *Während die höher gelegenen Schutzhütten in Tirol langsam aber sicher ihre Türen für die Winterpause schließen, herrscht auf den tiefer gelegenen Almen noch reges Treiben*.[12]

Weit häufiger jedoch wird der Weg im Sinne des relativen Referenzrahmens aus Sicht der Person beschrieben, die ihn begeht: *In der Früh startet man von der Sajathütte zunächst steil bergauf*.[13] Der Hang zur Routenperspektive bei gleichzeitiger Vernachlässigung der Überblicksperspektive ist dabei wohl vor allem der stärkeren Einbindung des Lesers bzw. der Leserin in die Erzählung geschuldet, wird doch hier der Weg mit den Augen des Erzählers bzw. der Erzählerin beschritten; andererseits mag der Fokus auf der Routenperspektive auch in der allgemeinen Dimensionierung des alpinen Raumes begründet liegen, der sich vor allem über die vertikale Achse definiert – was unter anderem bereits am spezifischen Raummaß deutlich wird: *Nach insgesamt ca. 500 Höhenmetern haben wir das Ziel erreicht*.[14] Das Wissen um die Vertikalität des alpinen Raumes ist für den Wanderer bzw. die Wandererin von großer Wichtigkeit, bestimmt sie doch mit, welche Bereiche überhaupt zugänglich sind. In den Raumerzählungen auf blogtirol.at gewinnt die Höhendimension des alpinen Geländes aus Routenperspektive, das heißt in Relation zum Menschen, ihre eigentliche, handlungsleitende Bedeutung. Die enge Beziehung zwischen Raum, Zeit und Körper ist auch daran zu erkennen, dass Distanzen zwischen den einzelnen Teilzielen bzw. die gesamte Strecke der Tour zudem häufig über die Zeit definiert werden, die für den Weg eingeplant werden muss und die sich relativ zur körperlichen Verfassung gestaltet:[15] *Nach ca. 700 Höhenmeter und 1-1,5h Fahrzeit (je nach Kondition) erreicht man die sehr schön gelegene Seapenalm*.[16] Mit anderen Worten werden am Berg die eigenen körperlichen Fähigkeiten zum anthropozentrischen Maß der Dinge.

Der konkreten Fortbewegungsart als zweiter Komponente der Wegfindung wird hingegen vergleichsweise wenig Aufmerksamkeit geschenkt: Meist genügt ein Hinweis zu Beginn der Erzählung, dass es sich um eine Wanderung bzw. um eine Mountainbiketour handelt, um daraufhin eingehend auf die Beschaffenheit des Weges selbst einzugehen. Dazu folgendes Beispiel:

> *Wie kommt man hin? Per Öffis oder Auto bis zum Gasthof Breitlaner im Zemmgrund (ist ein weiterführendes Tal des Zillertals ab Mayrhofen). Von dort*

---

[11] http://blogtirol.at/2012/08/durchs-rofangebirge-adlerweg-achensee/, 10.01.2013.
[12] http://blogtirol.at/2012/10/2-huettentour-im-osttiroler-villgratental/, 10.01.2013.
[13] http://blogtirol.at/2012/09/grossvenediger-spektakulaere-hoehenwanderung-im-virgental-teil-2/, 10.01.2013
[14] http://blogtirol.at/2012/09/salfeins-see-mit-blick-auf-die-kalkkoegel-ein-erlebnis-fuer-die-ganze-familie/, 10.01.2013.
[15] Die Verortung über die Zeit, die für die Bewältigung einer bestimmten Wegstrecke benötigt wird, wird auch Koppelnavigation (engl. „dead-reckoning“) genannt (Montello 2005, 267).
[16] http://blogtirol.at/2012/08/mountainbiken-im-wipptalnavis-rundtour-seapenalm-mislalm/, 10.01.2013.

> *dann ziemlich langer Fußmarsch (Gehzeit ca. 3-4 Stunden) großteils über einen breiten Fahrweg. Weiter oben wird's enger und der immer noch fahrbare Weg ist spekaturlär* [sic] *in den Fels gebaut. Vom Gasthof Alpenrose geht's die letzten Höhenmeter dann einen schön angelegten Steig bergauf.*[17]

An diesem Ausschnitt wird deutlich, dass die genaue Ausweisung, ob es sich um einen breiten Wanderweg oder um einen steilen Bergpfad handelt, bei der Routenbeschreibung auf blogtirol.at eine erhebliche Rolle spielt. Neben den landschaftlichen Orientierungspunkten, die eher der groben Orientierung dienen und auf die man sich aktiv zubewegt, erfolgt die genaue Wegfindung hauptsächlich über das Medium der angelegten Wege, denen man passiv folgt. Durch die Fokussierung auf das Medium entlang einer Reihe von Teilzielen rückt der Raum abseits des Wegenetzes jedoch zunehmend in den Hintergrund und wird für die Dauer des Auf- und Abstiegs meist völlig aus den Augen verloren. Die lineare Raumerfahrung des Weges wird tatsächlich nur dort zur Fläche geweitet, wo der Gipfel den Blick auf die Umgebung freigibt – ein Moment, der gleichzeitig den Höhepunkt der Erzählung bildet:

> *Der letzte Anstieg zum Gipfel ist eine recht ausgesetzte Kletterei, ein paar Mal gibts ein Seil zum Festhalten, aber der Fels ist griffig und bietet Haltemöglichkeiten wie in der Kletterhalle. Am Gipfel auf 2.195 m ist viel Platz für viele Menschen und Dohlen, der Blick vom Gipfelkreuz einfach ein Traum. Kaum eine Wolke, kein Nebel mehr zu sehen, nur noch Berge Berge Berge und Himmel. Und Ruhe. So soll es sein.*[18]

Das Land im Gebirg'

Das Raumkonzept, so wie es sich auf blogtirol.at darstellt, ist geprägt von der Dynamik, Vertikalität und Linearität der menschlichen Raumerfahrung auf dem Hintergrund der alpinen Landschaft (vgl. Stopfner 2014). Die Raumerzählungen in den Blogeinträgen folgen damit einer Schablone, die dem Markenkern der Tirol Werbung entspricht: „Wer Tirol hört, denkt an Berge. Berge, in denen man im Sommer wandern und im Winter Ski fahren kann. Und das wird auch in Zukunft so bleiben“.[19]

Von diskursanalytischer Seite stellt sich nun die Frage, ob alternative Raum(erlebnis)konzepte denkbar sind, die von der institutionalisierten Vorlage der Tirol Werbung abweichen. Der Vergleich zwischen institutionell-gesteuerten Blogs wie etwa blogtirol.at mit privaten Weblogs ließe erkennen, inwieweit von einem dominanten Raumkonzept gesprochen werden kann und in welchen Punkten die stereotype Erlebnisschablone des Tourismusmarketings möglicherweise durchbrochen wird. Dazu abschließend Nina Fuchs (2011, o.S.) von Mole, dem Tiroler Medium für kulturelle Nahversorgung:

---

[17] http://blogtirol.at/2012/10/die-berliner-huette/, 10.01.2013.
[18] http://www.gipfel-glueck.de/gipfelbuch-guffert/, 10.01.2013.
[19] http://www.tirolwerbung.at/xxl/de/marketirol/index.html, 17.04.2013.

> „In unzähligen Varianten wird immer wieder ein ganzer Mythenkomplex ins Spiel gebracht: Etwa das unwirtliche, aber wildromantische Gebirge, das eine ganz eigene Schönheit besitzt, die Disziplin, die es erfordert, einen Gipfel zu besteigen, der privilegierte Aussichtsstandpunkt, der einen weiten Überblick über das Land bietet, und der Stolz, mit dem man nach erfolgter Anstrengung belohnt wird. Dass derartige Bilder keine Darstellungen der Natur, sondern vielmehr Ausdruck einer ganz bestimmten, kulturell geprägten Vorstellung von Natur sind, erschließt sich durch die reine Betrachtung nicht unbedingt.“

Literatur

Allen, Gary L. (1997): From knowledge to words to wayfinding: Issues in the production and comprehension of route directions. In: Hirtle, Stephen C. & Frank, Andrew U. (Hrsg.): *Spatial Information Theory: A Theoretical Basis for GIS*. Berlin: Springer, S. 363–372.

Bühler, Karl (1934): *Sprachtheorie. Die Darstellungsfunktion der Sprache*. Jena: Fischer.

Döring, Jörg & Thielmann, Tristan (2008): *Spatial Turn. Das Raumparadigma in Kultur- und Sozialwissenschaften.* Bielefeld: transcript.

Döring, Jörg & Thielmann, Tristan (2009): Einleitung: Was lesen wir im Raume? Der Spatial Turn und das geheime Wissen der Geographen. In: Döring, Jörg & Thielmann, Tristan (Hrsg.): *Mediengeographie. Theorie – Analyse – Diskussion*. Bielefeld: transcript, S. 7–45.

Fuchs, Nina (2010): Die Marke Tirol: Zukunft und Tradition? *Mole. Medium für kulturelle Nahversorgung in Tirol* 2, n.p. Abgerufen unter: http://molekultur.at/ausgabe /mole02/mole02_die_marke_tirol_ninafuchs.php [Stand vom 18-10-2012].

Günzel, Stephan (2007): Raum – Topographie – Topologie. In: Günzel, Stephan (Hrsg.): *Zur Raumbeschreibung in den Kultur- und Medienwissenschaften*. Bielefeld: transcript, S. 13–29.

Günzel, Stephan (2008): Spatial Turn – Topographical Turn – Topological. Über die Unterschiede zwischen Raumparadigmen. In: Döring, Jörg & Thielmann, Tristan (Hrsg.): *Spatial Turn. Das Raumparadigma in Kultur- und Sozialwissenschaften.* Bielefeld: transcript, S. 219–237.

Harendt, Annegret & Sprunk, Dana (2011): Erzählter Raum und Erzählraum: (Kultur)Raumkonstruktion zwischen Diskurs und Performanz. *Social Geography* 6, S. 15–27.

Lakoff, George & Johnson, Mark (1980): *Metaphors we live by*. Chicago: University of Chicago Press.

Levinson, Stephen C. (2003): *Space in Language and Cognition. Explorations in Cognitive Diversity*. Cambridge: Cambridge University Press.

Montello, Daniel R. (2001): Spatial Cognition. In: Smelser, Neil J. & Baltes, Paul B. (Hrsg.): *International Encyclopedia of the Social & Behavioural Sciences*. Oxford: Pergamon Press. S. 14771–14775.

Montello, Daniel R. (2005): Navigation. In: Shah, Priti & Miyake, Akira (Hrsg.): *The Cambridge Handbook of Visuospatial Thinking*. Cambridge: Cambridge UP, S. 257–294.

O'Shea, Jacinta (2009): Cognitive Neurology: Stimulating Research on Neglect. *Current Biology* 19 (2), S. R76–R78.

Schlottmann, Antje (2005): *RaumSprache. Ost-West-Differenzen in der Berichterstattung zur deutschen Einheit. Eine sozialgeographische Theorie.* Stuttgart: Franz Steiner Verlag.

Schulze, Gerhard (2005): *Die Erlebnisgesellschaft: Kultursoziologie der Gegenwart*. Frankfurt am Main: Campus.

Slobin, Dan I. (1996): Two ways to travel: Verbs of motion in English and Spanish. In: Shibatani, Masayoshi & Thompson, Sandra A. (Hrsg.): *Grammatical Constructions. Their Form and Meaning.* Oxford: Clarendon Press, S. 195–220.

Soja, Edward. W. (1989): *Postmodern Geographies. The Reassertion of Space in Critical Social Theory*. London, New York: Verso.

Stopfner, Maria (2014): Land im Gebirg'. Topologische Strukturen im Raumkonzept der Tirol Werbung. In: Rampl; Gerhard; Zipser, Katharina; Hajnal, Ivo & Kienpointner, Manfred (Hrsg.): *Arbeitstitel Festschrift*. Innsbruck: iup, in Vorbereitung.

Talmy, Leonard (1983): How language structures space. In: Pick, Herbert L. & Acredolo, Linda P. (Hrsg.): *Spatial Orientation. Theory, Research and Application*. New York, London: Plenum Press, S. 225–282.

Talmy, Leonard (1985): Lexicalization patterns: semantic structure in lexical forms. In: Shopen, Timothy (Hrsg.): *Language Typology and Syntactic Description. Vol. 3: Grammatical Categories and the Lexicon.* Cambridge: Cambridge University Press, S. 36–149.

Talmy, Leonard (1996): Fictive motion in language and „ception". In: Bloom, Paul; Peterson, Mary A.; Nadel, Lynn & Garrett, Merrill F. (Hrsg.): *Language and Space*. Cambridge, MA: MIT Press, S. 211–276.

Talmy, Leonard (2000): *Toward a Cognitive Semantics. Vol. 1.* Cambridge, MA: MIT Press.

Taylor, Holly A. & Tversky, Barbara (1992a): Descriptions and depictions of environments. *Memory and Cognition 20* (5), S. 483–496.

Taylor, Holly A. & Tversky, Barbara (1992b): Spatial mental models derived from survey and route descriptions. *Journal of Memory and Language* 31, S. 261–282.

Tolman, Edward C. (1948): Cognitive maps in rats and men. *The Psychological Review* 55 (4), S. 189–208.

Vater, Heinz (1991): *Einführung in die Raum-Linguistik*. Hürth-Efferen: Gabel Verlag.

Weigel, Sigrid (2002): Zum „topographical turn“. Kartographie, Topographie und Raumkonzepte in den Kulturwissenschaften. *KulturPoetik* 2 (2), S. 151–165.

Werlen, Benno (1997): *Sozialgeographie alltäglicher Regionalisierungen. Bd. 2. Globalisierung, Region und Regionalisierung.* Stuttgart: Franz Steiner Verl.

Werlen, Benno (2000). Die Geographie der Globalisierung. Perspektiven der Sozialgeographie. *Geographische Revue – Zeitschrift für Literatur und Diskussion* 2 (1), S. 5–20.

Werlen, Benno (2008): S*ozialgeographie*. Stuttgart: UTB.

Schauraum

Das unbequeme Zugabteil oder die beängstigende Badewanne. Das Medium Ausstellung und sein Raum in der Wanderausstellung „Ich lasse mich nicht länger für einen Narren halten“

Celia Di Pauli, Lisa Noggler und Eric Sidoroff

Zusammenfassung

Von „Narren“, „Irren“, „Wahnsinnigen“ und „Verrückten“ war lange Zeit die Rede, wenn über Menschen mit psychischen Beeinträchtigungen öffentlich gesprochen wurde. Die behandelnden Psychiaterinnen und Psychiater fanden allerlei Diagnosen, um die sich wandelnden Verrücktheitsphänomene zu beschreiben, und sie entwickelten über die Zeit die verschiedensten Methoden, den Phänomenen zu begegnen. Über den öffentlichen Diskurs und die Entwicklung der Psychiatrie als medizinischer Disziplin und Institution ist schon vieles bekannt. Die Sicht der betroffenen Patientinnen und Patienten allerdings ist erst in der jüngeren sozial- und kulturgeschichtlichen Forschung eingehender thematisiert worden – in einer Ausstellung aber wurde sie bislang nur selten gezeigt.

Im Rahmen des Interreg IV-Projekts „Psychiatrische Landschaften“ waren wir für die Szenografie und Kuratierung der dazugehörigen Ausstellung verantwortlich. Es galt, die wissenschaftlichen Ergebnisse und Erkenntnisse einem breiteren interessierten Publikum zugänglich zu machen. Dafür ist es heute unerlässlich, über verschiedene Kommunikations- und Präsentationsmedien einen vielschichtigen Interessenraum zu generieren, in dem den Interessierten unterschiedlichste Möglichkeiten und Wege geboten werden, sich mit der Thematik auseinanderzusetzen.

In der Ausstellung „Ich lasse mich nicht länger für einen Narren halten“ soll den Ausstellungsbesucherinnen und -besuchern eine neue Rezeption des Themas einschließlich der damit einhergehenden politischen und sozialen Bedingungen und Wirkungen ermöglicht werden. Um die Perspektive der Patienten den Besuchern näher zu bringen und sichtbar zu machen, galt es nicht nur auszuwählen, welche Aspekte der Forschung und welches „Wissen“ vermittelt werden sollten, sondern auch den kuratorischen und szenografischen Zeige- und Sprechakt (nach Mieke Baal) zu wählen.

Zur Ausstellung: Das Institut für Geschichtswissenschaften & Europäische Ethnologie und das Institut für Erziehungswissenschaft der Universität Innsbruck erarbeiteten unter Leitung von Maria Heidegger, Siglinde Clementi, Elisabeth Dietrich-Daum, Hermann Kuprian und Michaela Ralser die vom Südtiroler Landesarchiv getragene Ausstellung im Rahmen des Interreg IV-Projekts (Italien/Österreich) „Psychiatrische Landschaften. Die Psychiatrie und ihre Patientinnen und Patienten im historischen Raum Tirol-Südtirol von 1830 bis heute“. Kuratierung: Lisa Noggler und Celia Di Pauli. Szenografie: Celia Di Pauli und Eric Sidoroff.

„Ich lasse mich nicht länger für einen Narren halten". Eine Ausstellung zur Geschichte der Psychiatrie in Tirol, Südtirol und dem Trentino

Die Ausstellung „Ich lasse mich nicht länger für einen Narren halten" ist im Rahmen eines interdisziplinären universitären Forschungsprojektes zur Geschichte der Psychiatrie im historischen Tirol entstanden. Im Mittelpunkt der Forschung stehen dabei die Krankenakten in den psychiatrischen Einrichtungen in Hall, in Pergine und an der Universitätsklinik Innsbruck. Diese Akten erfuhren zum ersten Mal eine breite Bearbeitung, die noch lange nicht abgeschlossen ist.

Erklärtes Ziel war von Beginn an die Vermittlung der wissenschaftlichen Ergebnisse an eine breite Öffentlichkeit. Für die Vermittlung wurden fünf verschiede Formate bzw. Medien gewählt und innerhalb von 3 Jahren, von 2008 bis 2011, realisiert: eine Homepage, die Wanderausstellung, der Film „Die unsichtbare Arbeit" über die Pflege in psychiatrischen Einrichtungen, eine zweisprachige Publikation und das Konzept für einen Lern- und Gedenkort in Hall, dessen Realisierung als noch zu verwirklichendes Ziel ansteht.



***Abbildung 1**: Gesamtblick in die Ausstellung, Innsbruck. Bild: David Schreyer*

PatientInnen – Perspektive – Empathie – Kontext

Die Ausstellung legt einen ganz speziellen Fokus auf die Psychiatriegeschichte, nämlich auf die Sicht der betroffenen Patientinnen und Patienten. Über die Psychiatrie als medizinische Disziplin und Institution ist schon vieles bekannt, die Sicht der betroffenen Patientinnen und Patienten allerdings wurde erst in der jüngeren Forschung thematisiert und im Rahmen einer Wanderausstellung wurde sie, unseres Wissens nach, bislang noch nie gezeigt.

Um diese Perspektive sichtbar zu machen, mussten wir dem Ausstellungspublikum eine neue Rezeption des Themas ermöglichen. Es sollte explizit nicht aus einer reinen Patientinnen- und Patienten-Perspektive erzählt, sondern deren Perspektive in das bisherige Wissen über regionale Psychiatriegeschichte eingefügt werden. So entstand eine Art „Gegenerzählung“ zu den großen Erzählungen der Medizingeschichte (z.B. der Institutionengeschichte).

Die Perspektive der Betroffenen zu zeigen, war aus unserer kuratorischen und szenografischen Sicht ausschlaggebend für die Konzeption und Gestaltung der Ausstellung. Es ergibt sich dadurch die Möglichkeit, die Besucherinnen und Besucher unmittelbar anzusprechen – gleichzeitig aber besteht die Gefahr, dass die Perspektive der Betroffenen und damit die emotionale Ebene und die Empathie überhandnehmen.

Für das Publikum ist deswegen immer auch die Möglichkeit der Rückkopplung auf einen anderen, größeren Kontext geschaffen worden. Diese unterschiedlichen Ebenen haben wir versucht sowohl inhaltlich als auch grafisch und szenografisch in der Ausstellung umzusetzen.

Quellen – Objekte – Geschichte(n) – Eingebunden – Blickwechsel

„Ich lasse mich nicht länger für einen Narren halten“ – schimpfte 1905 der Jagdgehilfe Josef B. über seine Behandlung und Einsperrung in der Psychiatrie. In der gleichnamigen Wanderausstellung wird sein Schicksal als Psychiatriepatient und das von 30 weiteren Frauen und Männern nacherzählt.

Die psychiatrischen Krankenakten aus den historischen Archiven in Hall (seit 1830), in Pergine (seit 1882) und an der Klinik in Innsbruck (seit 1891) stehen sowohl inhaltlich als auch raumgestalterisch im Fokus des Ausstellungskonzeptes. Einerseits bilden sie die inhaltlichen und formalen Quellen, die seitens des wissenschaftlichen Projektteams intensiv beforscht wurden, andererseits fungieren sie als Objekte in der Ausstellung – als Exponate, als authentische Informationsträger mit Zeugnischarakter (Pomian 1988, S. 49f.; Korff/Roth 1990, S. 17f.). In der Ausstellungskonzeption gehen wir aber noch einen Schritt weiter: Aus den Quellen sind 31 biografische Geschichten von Psychiatriepatientinnen und -patienten aus dem historischen Raum Tirol entstanden, die ihre Schicksale neu erzählen. Diese anonymisierten Geschichten bilden zentrale und eigenständige Objekte und ziehen sich als farbiger Leitfaden durch die gesamte Ausstellung und durch alle Themenbereiche. Die jeweils sorgfältig in petrolfarbenes Leinen eingebundenen Bücher strukturieren den Raum und sollen das Publikum zum intendierten Blickwechsel einladen, sie „ermöglichen den Besucherinnen und Besuchern, Psychiatriege-



***Abbildung 2**: Ausstellungsdetail „verschicken“, Hall. Bild: Eric Sidoroff*

schichte aus Patientenperspektive wahrzunehmen“ (vgl. Heidegger et al. 2012, S. 10). Das für jede einzelne Person gebundene Buch soll einerseits den betroffenen Patientinnen und Patienten den ihnen oftmals verwehrten Respekt zollen. Gleichzeitig bietet das Medium andererseits die benötigte Intimität und Ruhe, sich als Besucherin und Besucher den Einzelschicksalen anzunähern.

Wanderung – Unort – Ort – Raum

Das gewählte Format der Wanderausstellung ist natürlich eine gute Möglichkeit, viele Menschen an unterschiedlichen Orten zu erreichen, stellt aber eine besondere Herausforderung dar. Die Planung einer mobilen Ausstellung, die an öffentlich zugänglichen, meist nicht verschließbaren und unbeaufsichtigten Orten mit jeweils ganz unterschiedlichen Raumsituationen und Größen gezeigt werden soll, folgt anderen Gesetzen als die Planung einer einmaligen Ausstellung an einem fixen Ort. Es musste eine Szenografie entwickelt werden, die aus praktischen Gesichtspunkten flexibel, transportabel, robust und zerlegbar ist. Aus szenografischer Sicht sollte sich die Ausstellung in die gegebenen Räume integrieren und sich in den gegebenen Orten gleichzeitig „behaupten“ oder, anders ausgedrückt, einen eigenen „Raum“ im Raum

bilden können, in denen sich die Besucherinnen und Besucher auf die Ausstellung einlassen können.

Gedenkstätten oder Museen betreten die Besucherinnen und Besucher oft bereits mit einer gewissen Erwartungshaltung oder sogar Ehrfurchtshaltung. Wir hingegen zeigen diese Ausstellung in Foyers von Krankenhäusern und Universitäten, in Verwaltungsgebäuden, in zu Kunstgalerien umfunktionierten Privathäusern, in historischen Ausstellungsräumlichkeiten, an befahrenen Umgehungsstraßen, gegenüber von Baumärkten usw.

Das Fehlen der von vorneherein emotional aufgeladenen Räume machte es erforderlich, dass die Ausstellungsszenografie diesen Part übernimmt, also überhaupt erst einen „Ort“ schafft, der die Besucherinnen und Besucher schon bei der alleinigen Begehung der Ausstellung sinnlich in das Thema hineinzieht, unabhängig vom räumlich gegebenen Kontext.

Nicht eine kontextuelle Integration wurde angestrebt, sondern eine klare Gegenüberstellung unter den unterschiedlichsten Voraussetzungen. Dies, um zu verdeutlichen, dass Menschen mit psychischen Erkrankungen nicht nur hinter den hohen Mauern untergebracht bzw. versteckt werden, sondern dass diese Erkrankungen und Schicksale ein Teil unserer Gesellschaft sind und von dieser auch in alltäglichen Situationen und Räumlichkeiten wahrgenommen werden sollen. So wurde jeweils ein „Ort“ geschaffen, der auch an „Unorten“ die Einladung ausspricht, sich mit so einem diffizilen Thema auseinanderzusetzen.



***Abbildung 3:** Ausstellungsdetail „erziehen“, Innsbruck. Bild: David Schreyer*



Abbildung 4: *Blick in die Ausstellung, Bozen, Bild: Eric Sidoroff*

Dialog – Bild – Freiheit – Bewegung – Verweilen

Der Ausstellungsbesuch kann nur dann eine nachhaltige Erfahrung für das Publikum werden, wenn die Besucherin und der Besucher den Raum betreten und von Beginn an eine Art Dialog mit dem Gezeigten aufbauen können. Es sollte dem Publikum somit von Anfang an ermöglicht werden, in eine aktive Rolle zu treten und die Wahl des Weges durch die verschiedenen Themenbereiche bzw. die einzelnen Stationen selbst zu bestimmen. Der erste Eindruck benötigt also eine integrierende Kraft und ein eingängiges und verständliches Bild.

Jede Szene, jeder Themenaspekt – als Grundeinheit der Ausstellung – verlangt zudem wiederum nach einem starken, auf die Betrachterin/den Betrachter wirkenden Bild. Dabei bleibt die Freiheit über Bewegung oder Verweilen, über Informationsaufnahme oder empathisches Miterleben für die besuchenden Personen immer erhalten. Durch dieses Wechselspiel soll die Spannungskurve aufrechterhalten bleiben. Daher ist die Projektion der eigenen Erfahrungen in die inszenierte Situation möglich und die individuelle Rezeption wird unterstützt.

Erst das Verweilen der Besucherinnen und Besucher ermöglicht eine tiefere Auseinandersetzung mit dem Gezeigten. Zur emotionalen Einbindung tritt die intellektuelle Vermittlung von Wissen. Das Lesen von Texten, das Betrachten von bedeutungstragenden Objekten, von Exponaten, erschließt tiefere Zusammenhänge und schlüsselt die emotionale Ebene der Betrachterin, des Betrachters auf.

Wie komplex eine Ausstellung auch sein mag, wie viele Leitlinien sie verfolgen mag, entscheidend bleibt doch das Erschaffen einer Ganzheitlichkeit in Inhalt, Kontext, visueller, intellektueller und emotionaler Erfahrung ganz im Sinne Marshall McLuhans:

> "Everybody experiences far more than he understands. Yet it is experience, rather than understanding, that influences behavior. [...] When faced with a totally new situation, we tend always to attach ourselves to the objects, to the flavor of the most recent. [...] We shape our tools and then our tools shape us." (McLuhan 1964, S. 277)

Transformation – Erfahrung – Wissen – Verstehen

Die Herausforderung, die wir als Architektinnen bzw. Architekten, Gestalterinnen bzw. Gestalter und Kuratorinnen bzw. Kuratoren in der Konzeption einer Ausstellung sehen, kann nicht weniger sein als der Anspruch, Besucherinnen und Besucher mit veränderten Erfahrungen und Wissen die Ausstellung verlassen zu sehen. Diese Transformation ist unseres Erachtens nötig, um einen nachhaltigen Eindruck zu gewinnen – sogar einen wirklichen Effekt zu erzielen. Ohne die damit verbundene „Geschichte“ bleibt kein Behälter für Faktenwissen und Information.

‚Erfahren‘ ist der Schlüsselbegriff, um aus faktischer Information und versuchter Wissensvermittlung schließlich Verstehen zu generieren. Das Verstehen seinerseits ist die Grundlage der Reflexion des Einzelnen gegenüber dem Gezeigten. Erfahren und Wissen sind die beiden Eckpunkte und verlangen nach einer entsprechenden Ausgewogenheit.

Dazu Kossmann, Mulder und Oudsten in ‚Narrative Spaces‘:

> "Experiencing and knowing are two dimensions that mutually reinforce each other. [...] Finding the right balance between cognitive and sensory experience is a major issue [...] because at times the experience may induce a deeper understanding, while at others it is acquired knowledge that may lead to a new experience [...]". (Kossmann et al. 2012, S. 100)

Um dies zu erreichen, ist eine möglichst frühe Zusammenarbeit zwischen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern, Fachleuten und den Gestaltungs- und Ausstellungsexpertinnen und -experten maßgeblich.

Insbesondere gilt diese interdisziplinäre Zusammenarbeit für auf den ersten Blick nicht so populäre Inhalte und den damit oft verbundenen kleinen Budgets. In unserem Fall ging es um die Vermittlung von Forschungen zur regionalen Psychiatriegeschichte. Hier war problema-

tisch, dass sowohl nur ein kleines Ausstellungsbudget vorhanden als auch das Thema insbesondere für ein Laienpublikum nicht besonders populär war. Psychische Erkrankungen und der Umgang mit psychisch Erkrankten werden heute immer noch tabuisiert und die Betroffenen stigmatisiert, wie auch Behandlung und der Umgang mit den Patientinnen und Patienten im Verlauf der letzten 150 Jahre. Gleichzeitig fördern gerade dieses Tabu und das in unserer Gesellschaft vorhandene „Halbwissen" die Neugier, einen Blick auf die Geschehnisse „hinter den hohen Anstaltsmauern" werfen zu wollen.

Oft sind Ausstellungen, Kataloge, Filme etc. bei Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern ungenutzte Ressourcen, um die Resultate ihrer jahrelangen Arbeit und tiefgehenden Expertise mehr als nur einem sehr begrenzten Fachpublikum in Wissenschaftszeitschriften zu kommunizieren.

Um Wissenschaft erfolgreich zu vermitteln und einem breiten Publikum nahebringen zu können, sollte nicht nur die Vermittlung von Anfang an mitgedacht werden, sondern müssen die Expertinnen und Experten auf diesem Gebiet in den Forschungsprozess frühestmöglich miteinbezogen werden. Das sind zum Beispiel die Kuratorinnen und Kuratoren, Grafikerinnen und Grafiker, Szenografinnen und Szenografen, Architektinnen und Architekten, Verlegerinnen und Verleger oder Filmemacherinnen und Filmemacher.

Gestaltung – Abstraktion – Formensprache – Proportion

Allgemeine Vorstellungs-Klischees von Psychiatrischen Heilanstalten, die Möbel, die notwendig waren für die täglichen Routinen in den Krankenhäusern, die Zwangssituationen der Patientinnen und Patienten und nicht zuletzt die Farbe Weiß waren die Ansatzpunkte für die formale Gestaltung der Ausstellungsmöbel. Gleichzeitig war eine Abstraktion dieser Klischees im Sinne einer Reduktion auf die wesentlichen ‚Codes' in diesen Vorstellungen unabdinglich. Die Formensprache der Ausstellungsmöbel muss auf den ersten Blick gelesen und verstanden werden können, ohne dass irgendwelches Fachwissen vorausgesetzt werden kann. Schließlich soll das Konzept genauso für Schulklassen funktionieren wie auch für Angehörige als auch für fachlich geschultes Personal.

So wurde die Idee entwickelt, dass sich Besucherinnen und Besucher gleichsam in die Rollen von behandelndem Personal und Patientinnen und Patienten hineinbegeben sollten.

Deshalb wurden von uns als gestaltende Architektinnen bzw. Architekten und Kuratorinnen bzw. Kuratoren explizit zu den einzelnen Themen gehörige Möbelstücke und Situationen ausgewählt, die als ‚pars pro toto' einen ganzen Themenbereich zusammenfassen konnten. Ein Stehpult für das Begutachten, ein Zugabteil für das Verschicken, eine Werkbank für das Arbeiten, ein Gitterbett für das Verwahren etc. – alles in Weiß gehalten ohne spezifische Materialität und auf seine rudimentärste Formensprache reduziert.



Abbildung 5: *Ausstellungsdetail „essen“, Hall, Bild: Eric Sidoroff*

Um dem besuchenden Publikum einerseits die beklemmenden Lebensumstände der Patientinnen und Patienten spürbar zu machen und andererseits auf einer unbewussten Ebene keine „Bequemlichkeit“ entstehen zu lassen, sind die Ausstellungsmöbel minimal falsch proportioniert. Sie sind etwas zu eng, etwas zu hoch, etwas zu gerade etc. So entsteht gemeinsam mit den emotionalen Lebensgeschichten in den Büchern, den sachlichen Forschungsergebnissen auf den Informationstafeln und den Ausstellungsgegenständen in den Vitrinen eine ganzheitliche Wahrnehmung und Verarbeitung der gezeigten Geschichte der Psychiatrie im historischen Raum Tirol.

Begutachten – Arbeiten – Essen – Behandeln – Verwahren – Töten – Erziehen – Verschicken

Die Gestaltung der Ausstellungsszenografie, die inhaltliche und räumliche Strukturierung der Ausstellung und Themen und die Präsentation der unterschiedlichen Medien folgen dem Konzept, das alltägliche „Handeln“ und „Behandeln“ der Patientinnen und Patienten in den Fokus der Ausstellung zu rücken. Die Auswahl der Themen und ihrer Benennung in Form von scheinbar banalen Verben unter bewusstem Verzicht auf große Schlagworte der Medizingeschichte verdeutlicht den intendierten Blickwechsel auf die Perspektive der Patientinnen und Patienten.

Acht Verben übertiteln die acht Themenbereiche der Ausstellung – Verben, die jeweils Handlungen von und an den Patientinnen und Patienten beschreiben und die das tägliche Leben in den psychiatrischen Institutionen zwischen 1830 und 1970 prägten. Die Ausstellungsszenografie folgt und verstärkt mit der Umsetzung in jeweils acht Möbel das Konzept und setzt dieses in visuell einprägsame Formen um. Gleichzeitig enthalten die acht Möbel jeweils die Aufforderung an die Besucherinnen und Besucher, sich gleichsam „handelnd“ in eine Situation zu begeben oder zu versetzen.

Das institutionelle und ärztliche „begutachten“ verfolgen die Besucherinnen und Besucher am Stehpult stehend, neben einem Regal, gefüllt mit Selbstdarstellungen der Anstalten und diversen Lehrbüchern oder sitzend am ärztlichen Schreibtisch, der als Vitrine gleichzeitig ein typisches Bündel Krankenakten aus Hall enthält. Die Badewanne beim Thema „behandeln“ verweist auf die in vielen Geschichten beschriebenen Badtherapien.

Zum „essen“ am gedeckten Tisch sitzend findet sich statt Besteck nur ein Löffel. Beim Thema „arbeiten“ ist die Werkbank als Vitrine bestückt mit vielfältigen Objekten zum Thema Unterhaltung und Zerstreuung, wie zum Beispiel Literatur aus der Patientenbibliothek oder einer Einladungskarte zur Faschingsunterhaltung in die Landes-Irrenanstalt Hall. Das abstrahierte Gitterbett bei „verwahren“ steht noch heute für viele Menschen als Symbol für den psychiatrischen Gewahrsam. Die beengte Raumsituation beim Thema „erziehen“ zwingt die Betrachterin und den Betrachter, sich unmittelbar einer in Pergine genähten Zwangsjacke gegenüber zu sehen. Ein Zugabteil bei „verschicken“ steht als Transportmittel stellvertretend und bildet den Ausstellungsraum für die Geschichten und Objekte der Option und des Verschickt-Werdens.

Beim Thema „töten“ wird ganz bewusst auf eine stellvertretende formale Interpretation verzichtet und einzig durch einen Farbwechsel auf das Thema Bezug genommen.

Dass die Form der Präsentation und der Umgang mit historischen Objekten keineswegs zeitlos gültig und allgemein verbindlich sind, zeigen besonders kulturwissenschaftliche und historische Ausstellungen. Jenseits der Orientierung an der wissenschaftlichen Forschung treffen Kuratorinnen und Kuratoren und Szenografinnen und Szenografen Aussagen, schließen Aspekte ein oder aus – konzeptuell und räumlich. In dieser Ausstellung ist intendiert, die Erfahrungen, die aus der Einheit Szenografie und Inhalt bei den Betrachterinnen und Betrachtern individuell entstehen können, auf unseren gegenwärtigen Umgang mit den gesellschaftlich „Schwächeren“ zu reflektieren. Die Rezeption, die wir mitverfolgen können, bestätigt uns darin.

Literatur

Bal, Mieke (2002): Sagen, Zeigen, Prahlen. In: Bal, Mieke: *Kulturanalyse*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 72–117.

Bal, Mieke (1996): *Double Exposures, The Subject of Cultural Analysis*. London, New York: Routledge Chapman & Hall.

Heidegger, Maria & Noggler, Lisa (2012): Historische Blickwinkel. In: Heidegger, Maria; Di Pauli, Celia; Noggler, Lisa; Clementi, Siglinde; Ralser, Michaela; Dietrich-Daum, Elisabeth & Kuprian, Hermann J.W. (Hrsg.): *Ich lasse mich nicht länger für einen Narren halten*. Bozen: Raetia, S. 10.

Korff, Gottfried & Rogoff Irit (1993): Der unverantwortliche Blick. Kritische Anmerkungen zur Kunstgeschichte. *kritische berichte* 4, S. 41–49.

Kossmann, Hermann; Mulder, Suzanne & Ousten, Frank (2012): *Narrative Spaces. On the Art of Exhibiting*. Rotterdam: 010 Publishers, S. 100.

McLuhan, Marshall (1964/2003*): Understanding Media: The Extensions of Man*. McGraw-Hill in Critical Edition. New York [u.a.]: McGraw-Hill.

Muttenthaler, Roswitha & Wonisch, Regina (2003): Grammatiken des Ausstellens. Kulturwissenschaftliche Analysemethoden musealer Repräsentation. In: Lutter, Christina & Musner, Lutz (Hrsg.): *Kulturstudien in Österreich*. Wien: Löcker, S. 117–133.

Muttenthaler, Roswitha & Wonisch, Regina (2006): *Gesten des Zeigens. Zur Repräsentation von Gender und Race in Ausstellungen.* Bielefeld: transcript.

Pomian, Krzysztof (1988): *Der Ursprung des Museums. Vom Sammeln*. Berlin: Wagenbach, S. 49–50.

Roth, Martin (1990): Einleitung. In: Korff, Gottfried & Roth, Martin (Hrsg.): *Das historische Museum. Labor, Schaubühne, Identitätsfabrik*. Frankfurt am Main, New York: Campus, S. 17–18.

Arcades and space invasion. Moroccan-Dutch young people negotiating digital spatial power relations

Passagen und die Invasion des Raumes. Wie marokkanisch-niederländische Jugendliche digitale räumliche Machtverhältnisse überwinden

Koen Leurs

Zusammenfassung

Der Beitrag untersucht digitale räumliche Machtverhältnisse anhand der Nutzung von Internetplattformen durch marokkanisch-niederländische Jugendliche. Der dominanten utopischen Vorstellung von den digitalen medialen Möglichkeiten wird ein Fokus auf digitale räumliche Vorurteile und ihre Subversion gegenübergestellt. Digitale Plattformen sind hierarchische Territorien, ungleiche Geographien, die durch Symbole und diskursive Grenzen markiert sind. Für diese digitalen Räume sind bestimmte Idealtypen und Mehrheitsmeinungen kennzeichnend. Es stellt sich die Frage, wie Personen, die sich auf der falschen Seite dieser Schablonen und kollaborativ entwickelten Normen befinden, diese Räume besetzen und von innen transformieren. Genauer diskutiert werden fünf Strategien der Invasion: das Anfechten der Ablehnung im Offline-Raum, das digitale Nachahmen des Niederländisch-Seins, das Abstecken eines eigenen Raumes, das Mobilisieren des Kapitals einer hybriden Jugendkultur sowie die öffentliche Verbreitung des distribuierten hypertextuellen Selbst.

Der digitale Raum bildet den Erklärungsrahmen für meine Ausführungen zu einem neuen Weg, wie über digitale räumliche Hierarchien und ihre Subversion nachgedacht werden kann. Grundlage ist meine empirische Erforschung der Identitätskonstruktion marokkanisch-niederländischer Jugendlicher mit Hilfe digitaler Räume wie Internetforen, Instant Messaging, sozialen Netzwerken und Video-Portalen. Die Argumentation ist folgendermaßen strukturiert: Ich werde eine Analogie zwischen Passagen um 1850, wie sie von Walter Benjamin beschrieben werden, und Internetapplikationen des frühen 21. Jahrhunderts wie YouTube und Facebook herstellen, um die ungleich verteilten Möglichkeiten für die gemeinschaftliche Produktion von nutzergenerierten Inhalten zu kritisieren. In der Folge übertrage ich das Konzept der „Rauminvasoren" – ursprünglich entwickelt von Nirmal Purwar (2004) –, um zu hinterfragen, was passiert, wenn Angehörige von Minderheiten in Räume eindringen, die nicht für sie entworfen worden sind oder Positionen enthalten, denen sie nicht entsprechen.

Die Felderhebungen wurden im Kontext von *Wired Up* durchgeführt, einem kollaborativen, internationalen Forschungsprojekt, das an der Schnittstelle zwischen Geistes- und Sozialwissenschaften arbeitet und darauf abzielt, die facettenreichen Implikationen des Gebrauchs digitaler Medien unter jugendlichen Migrantinnen und Migranten zu verstehen. Wir kombinieren eine groß angelegte Fragebogenstudie mit von der Ethnographie beeinflusster Feldforschung, die Online- und Offline-Räume überspannt und halbstrukturierte persönliche Interviews, Tiefeninterviews und das Sammeln digitaler Daten beinhaltet. Auf diese Weise verbinden wir unterschiedlich lokalisierte und situierte, aber komplementäre ‚partielle Blickwinkel' (Haraway 1991, S. 183). Für dieses

Projekt wurde eine groß angelegte Untersuchung entwickelt. Insgesamt haben 1.408 junge Personen, die durch sieben Sekundarschulen in fünf niederländischen Städten kontaktiert wurden, in Klassenzimmern oder Computerräumen den Fragebogen ausgefüllt. In diesem Beitrag werden Daten von 344 marokkanisch-niederländischen Schülerinnen und Schülern berücksichtigt, die sich an der Untersuchung beteiligt haben; diese Gruppe besteht aus 181 Mädchen und 163 Jungen. 30 ausgewählte Schülerinnen und Schüler im Alter zwischen 12 und 16 wurden dazu eingeladen, an der zweiten Studie teilzunehmen, die aus Tiefeninterviews bestand. Um auch 17- und 18-Jährige einzuschließen und die Gruppe der Informanten breiter zu fächern, wurden mit Schneeballmethoden 13 marokkanisch-niederländische Jugendliche kontaktiert. Insgesamt wurden 43 Tiefeninterviews mit 43 marokkanisch-niederländischen Personen durchgeführt, davon 21 Mädchen und 22 Jungen im Alter zwischen 12 und 18 Jahren.

Mit einer Gesamtzahl von 355.883 Personen machen Menschen marokkanisch-niederländischer Herkunft 2,1 Prozent der niederländischen Gesamtbevölkerung (16,6 Millionen) aus. In den 1960er Jahren als Gastarbeiter gekommen, besteht die marokkanisch-niederländische Gemeinde nun zur Hälfte aus Personen, die in den Niederlanden geboren wurden. Marokkanisch-niederländischen Jugendlichen wird in der Medienberichterstattung, in den politischen Entscheidungen der Regierung und in der Forschung große Aufmerksamkeit geschenkt. Sie werden systematisch stigmatisiert und von rechten Journalisten und Politikern ‚übersichtbar' gemacht, indem sie als Anti-Bürger und Bedrohung der niederländischen Gesellschaft dargestellt werden. Frühere wissenschaftliche Forschung fokussierte vor allem auf abweichendes und nicht normgerechtes Verhalten. Die vorliegende Studie wendet sich von dieser früheren Forschung ab, indem die Alltagserfahrungen der marokkanisch-niederländischen Jugend berücksichtigt werden.

Mitte des 19. Jahrhunderts kamen unter anderem in Brüssel, Bologna und Paris Arkaden oder Fußgängerpassagen auf (frz. ‚passages'). Historisch betrachtet referiert der Begriff Passagen auf Korridore, die für Fußgänger zwei Straßen miteinander verbinden. Anders als öffentliche Räume sind diese Passagen, mit einem Glas-, Eisen- oder Ziegeldach versehen, an beiden Enden offen und versammeln eine Reihe von kommerziellen Einrichtungen (Geschäfte, Cafés, Restaurants) auf engem Raum. Internetplattformen können als eine gegenwärtige Parallele zu diesen Einkaufspassagen gesehen werden.

Die Rolle der Passage ist doppeldeutig, wie Benjamin erläutert: "during sudden rainshowers, the arcades are a place of refuge for the unprepared, to whom they offer a secure, if restricted, promenade – one from which the merchants also benefit" (1999, S. 31). Auf ähnliche Weise haben Theoretiker der kritischen Medienwissenschaft und des Feminismus für eine mittlere Position zwischen den Perspektiven utopischer Träume und dystopischer Albträume plädiert, die in den Arbeiten über digitales Embodiment und digitale Identifikation dominant waren. Ich schlage vor, die Identitätsperformativität als an sozio-technologische, materiell-verkörperte und imaginiert-diskursive räumliche Relationen gebunden, aber nicht völlig durch diese Relationen determiniert zu betrachten. Da Applikationen des Web 2.0 bzw. der sozialen Medien mehr Nutzerinnen und Nutzern ermöglichen, online präsent zu sein und aktive Vertreter ihrer eigenen Repräsentationen zu werden, zielt diese Mittelposition darauf ab, Ungleichheiten im Beitrag verschiedener Menschen zur digitalen Kultur zu erkennen.

Die Ergebnisse der Feldstudie illustrieren, dass digitale Räume sowohl durch Algorithmen als auch von durchschnittlichen niederländischen Nutzerinnen und Nutzern als präskriptive, normative Räume konstruiert werden. Zum Beispiel zeigen die Vorschläge der Autovervollständigung bei Suchen über Google zum holländischen Wort für *Marokkaner* („Marokkanen"), dass marokka-

nisch-niederländische Jungen als der westlichen Gesellschaft fremd und als potenziell gefährliche islamistische Fundamentalisten, Straßenterroristen oder Diebe abgelehnt werden, während besonders Mädchen, die ein Kopftuch tragen, als entweder unemanzipiert, rückständig oder durch die muslimische Kultur unterdrückt konstruiert werden. Auch die Bildsuche setzt diese dominanten Stereotype einer aggressiven maskulinen Straßenkultur der marokkanisch-niederländischen Jungen fort. Die Informanten schreiben durchschnittlichen weißen niederländischen Nutzerinnen und Nutzern zu, dass diese bestimmte Normen und Erwartungen konstruieren und ethnisch und religiös andersartige Menschen z.B. durch diskriminierende Kommentare zu YouTube-Videos oder auf Profilen in sozialen Netzwerken ausschließen.

Digitale Räume sind also nicht bloß stumme, neutrale und externe Kulissen der Identitätsbildung, sondern distinktive expressive Kulturen, die voll von Ideologien, Hierarchien und Politik sind. Wenn sich Angehörige von Minderheiten gegen den Mainstream durchsetzen müssen, werden sie zu „Rauminvasoren" (Puwar 2004) von Online-Territorien. In der Folge werden fünf Strategien der Rauminvasion beschrieben. Die erste Strategie bezieht sich auf eine Website (*www.geweigerd.nl*, für verweigerten Eintritt), auf der Jugendliche aus ethnischen Minderheiten Geschichten über die diskriminierenden Taktiken von Clubs und Diskotheken publizieren konnten. Die Website wurde populär, nachdem ein marokkanisch-niederländischer Rapper einen Song über sie schrieb. Die zweite Invasionsstrategie betrifft Aktivitäten, die durch die Imitation der weißen niederländischen Mehrheitskultur erworben werden. Während unseres Interviews erläuterte der 15-jährige Ryan, dass er beim Computerspielen und auf seiner persönlichen Profilseite in einem sozialen Netzwerk als niederländischer Junge durchgeht. Das dritte Beispiel betrifft die Aneignung einer persönlichen digitalen Nische online. Forendiskussionsseiten wie *www.Marokko.nl* ermöglichen es marokkanisch-niederländischen Jugendlichen, zur Mehrheit zu werden. Auf solchen Seiten können sie ungestört familiäre, religiöse und neoliberale Erwartungen der niederländischen Jugendkultur der Mehrheitsgesellschaft abhandeln. Interkulturelle Begegnungen widerspiegelnd, geht es in der vierten Strategie um die Hybridisierung verschiedener Loyalitäten. Beispielsweise demonstrieren die angezeigten Namen in Systemen für Instant Messaging, wie globale Hip-Hop-Jugendkultur verwendet wird, um eine Affinität zu Marokko auszudrücken. Die fünfte und letzte Invasionsstrategie betrifft die Artikulation eines hypertextuellen Selbst. Durch die Mitgliedschaft in Gruppen im niederländischen sozialen Netzwerk *Hyves* kann man verschiedene kleine Visualisierungen auf seiner persönlichen Seite publizieren. Das besprochene Beispiel zeigt die Vielfalt der persönlichen kulturellen Bewegungen von Midia, einem 13-jährigen Mädchen. Anstatt die migrantischen Kulturen geradlinig fortzusetzen, transformiert sie diese aktiv im Kontext der dominanten Jugendkultur, in der sie aufwächst.

Alles in allem vermittelt dieser Beitrag, dass digitale Räume am besten als Teil der alltäglichen, realen, ungleichen Machtverhältnisse betrachtet werden, wo Offline- und Online-Sphären einander Bedeutung einflößen. Die Optik der Passagen und Rauminvasoren wurden weiterentwickelt, um räumliche Voreingenommenheiten und ihre Subversion empirisch aufzuspüren und theoretisch aufzuarbeiten. Dies ist dringend notwendig, um die dominante utopische Vorstellung von den Möglichkeiten der digitalen Medien zu durchkreuzen.

Introduction

> "These arcades, a recent invention of industrial luxury, are glass-roofed, marble-panelled corridors extending through whole blocks of buildings, whose owners have joined together for such enterprises. Lining both sides of the corridors, which get their light from above, are the most elegant shops, so that the arcade is a city, a world in miniature, in which customers will find everything they need." (Benjamin, 1999, p. 32)

Taking digital space as an explanatory focus, in this chapter I explore new ways of thinking about digital spatial hierarchies and their subversion by drawing on my empirical research on Moroccan-Dutch youths' identity construction across digital spaces such as Internet forums, instant messaging, social networking sites and video sharing platforms. The argument is structured as follows. I will draw an analogy between mid 19th century pedestrian passageways as described by Walter Benjamin and early 21st century Internet applications like YouTube and Facebook to criticize uneven opportunities for peer-production. Subsequently I translate the concept of "space invaders" developed by Nirmal Purwar (2004) to scrutinize what happens when minority subjects enter spaces that have not been designed for them or that hold positions that they do not meet. This will be done by reflecting on how digital hierarchies are installed through the sociotechnical and algorithmic cultures of Google search auto-suggestions and elaborating how user majorities can serve to exclude ethnic minority subjects. In the final section I present examples of how Moroccan-Dutch youth can become "space invaders".

The context of the Netherlands

Consisting of 355.883 people, those of Moroccan-Dutch descent make up some 2.1 percent of the total Dutch population of 16.6 million. Of this group, 47 percent migrated to the Netherlands from the 1960s onwards as guest workers, while the other 53 per cent were born in the Netherlands, after their parents had migrated (CBS, 2011). The majority of guest workers who arrived in the Netherlands originate from the Rif area in northern Morocco. They come from places like Al Hoceima, Berkane, Nador and Oujda and their surroundings where a Berber language is spoken. Currently, 75% of Dutch people of Moroccan decent have ties with the Rif area. The Moroccan-Dutch population consists of Moroccan Berbers and non-Berbers, speaking a combination of a Berber language and/or French and/or Moroccan-Arabic and/or Dutch. While the first language of their children, born in the Netherlands, primarily is Dutch (Gazzah, 2010, p. 311).

Moroccan-Dutch youth receive a lot of attention in media reporting, governmental policy-making and scholarly research. They are systematically stigmatized and made hyper-visible by right-wing journalists and politicians, who frame them as anti-citizens posing a threat to Dutch society (Leurs, Midden & Ponzanesi, 2012). Prior academic research has predominantly focused on particular behavior such as juvenile delinquency, radicalization, mental health problems and early school leaving. Bringing these four themes together, Jurgens speaks of "the

Moroccan drama" (2007). These issues are undeniably important and significant, but these foci single out a narrow slice of their experiences. Things are going well for the majority of Moroccan-Dutch youth, but their realities remain largely invisible in contemporary debates (Verhagen, 2010). The present study intervenes in prior scholarship by considering mundane, everyday experiences of Moroccan-Dutch youth.

Methodological considerations

The fieldwork was conducted in the context of *Wired Up*, a collaborative, international research project operating at the interface of the humanities and social sciences, aimed at understanding the multifarious implications of digital media use among migrant youth. A large-scale survey was developed for the purpose of the project. A total of 1.408 young people, contacted through seven secondary schools in five Dutch cities, completed the questionnaire in classrooms or computer labs. This chapter principally considers data from the group of 344 Moroccan-Dutch students who participated in the questionnaire; this group consists of 181 girls and 163 boys. On average they are 14.5 years (SD=1.7) old, and when prompted 98.5% describe themselves as Muslim. More than three-quarters (76.2%) of these young people speak Dutch at home with their parents. Two thirds do this in combination with a Berber language (66.9%) and half with Moroccan-Arabic (52.6%). Survey findings will be used throughout this article to provide a general impression of digital media use frequencies, attachments to applications and online self-presentation practices.

From those young people that participated in the survey, a selected group of 30 students aged 12-16 was invited to join the second phase of the study, which consisted of in-depth interviews. In order to include 17- and 18-year olds and diversify the group of informants further, 13 Moroccan-Dutch youth were contacted using snowballing methods in three cities. In total, in-depth interviews were carried out with a group of 43 Moroccan-Dutch individuals, 21 girls and 22 boys, between the ages of 12 and 18 years, their average age was 15 years. Except for four informants who migrated themselves, the majority of the interviewees was born in the Netherlands from parents who had migrated to the Netherlands as guest-workers. In the third and final phase, digital media texts, images and videos circulating in online forums, instant messaging, social networking sites and YouTube were gathered with the use of online participant observation. By combining large-scale questionnaires with ethnographically inspired fieldwork across online/offline spaces including semi-structured, face-to-face, in-depth interviews and digital data gathering, we join differently located and situated, but complimentary "partial views" (Haraway, 1991, p. 183).

Internet platforms as arcades

In the mid 19th century arcades or pedestrian passageways ('passages' in French) emerged in Brussels, Bologna and Paris among other places. Historically, the term arcade refers to a pedestrian passageway that links two streets. Unlike public space, this glass, iron or brick roofed

passage is open at both ends and concentrates a row of commercial establishments (shops, cafés, restaurants) in a small space. In the words of Walter Benjamin, arcades are “the most important architecture of the nineteenth century” (1999, p. 834). I would not go as far as saying Internet applications are the most important but it can similarly be argued that they nowadays play an increasingly fundamental role in the daily lives of millions of people. Benjamin recognized that commercial corridors carried an ambivalent meaning, as objects of history they simultaneously contained a “dream- and wish-image of the collective”. On the one hand, the arcades offered pleasure and excitement, and Benjamin quotes Marx to argue they embodied “the imaginative expression of a new world”. On the other hand, passages also fostered a consumption ideology and commodity fetishism (1999, pp. 637, 939, 943).

Commercial pedestrian corridors brought together “a world in miniature” as Benjamin noted, not only were they spaces where commodities were exchanged but they were also setup as comfortable urban environments where people could find shelter from bad weather, observe others, do window-shopping, stroll around and spend their time in an enjoyable way. Internet platforms can be seen as a 21st century parallel to the shopping arcades. They offer its users enjoyable miniature worlds that at times may function as shelters from undesired external (face-to-face) circumstances and they can be used to observe others and do (window) shopping. However, they too are created for purposes of profit. Encouraged by unrivalled financial opportunities, the market economy expands its weight and reach across the Web. Internet applications are increasingly setup and controlled by private enterprise transforming more and more patches of digital space into “walled gardens” (Zittrain, 2008). As digitized passageways, Internet applications offer advertisers a chance to market their products and monitor consumer preferences.

The role of the arcade is double-faced, as Benjamin exemplifies: “during sudden rainshowers, the arcades are a place of refuge for the unprepared, to whom they offer a secure, if restricted, promenade – one from which the merchants also benefit” (1999, p. 31). Neither skepticism nor evangelism captures the dynamics of passages completely, and Benjamin argued for a consideration of its “constellation saturated of tensions” (1999, p. 475). Similarly, critical media and feminist theorists have argued for a middle-ground between the utopian dreams and dystopian nightmare perspectives that were dominant in writings on digital embodiment, identity, activism, knowledge production etc. I propose to view identity performativity as bound but not fully determined by everyday socio-technological, material-embodied and imagined-discursive spatial relations. As so-called Web 2.0 social media applications allow more people to have a presence online, promising users to become active agents over their own representations, this middle-ground perspective aims to acknowledge unevenness in people’s contribution to digital culture, and to take into account the feelings of agency, joy and empowerment these very users experience.

Digital arcades for whom?

Across digital space, templates, norms and interface decisions reserve certain dominant consumer, national, gendered, ethnic and racial positions. These socio-technical processes have geographically uneven effects, both online and offline. Edward Said recognized that "just as none of us is beyond geography, none of us is completely free from the struggle over geography", adding that the struggle "is not only about soldiers and cannons but also about ideas, about forms, about images and imaginings" (Said, 1994, p. 7) The struggle over digital geographies clearly is a struggle over representation and imagination. For example, figure 1 displays the dominant positions that the Google Netherlands search engine associates with 'Marokkanen' (the Dutch word for Moroccans). The auto-complete search query suggestions that Google provides appear automatically upon typing Marokkanen in the search box. The auto-complete algorithm offers query suggestions in a drop-down list, predicting behavior based on queries typed previously by Google users as well as generating items on the basis of traffic, page visits and recently crawled websites.

The search query suggestions reveal some of the ways Moroccan-Dutch youths are allocated particular narrow gendered and racialized positions in digital space. From top to bottom they can be translated from Dutch as follows: "Moroccan jokes", "Moroccans must die" and "Moroccans and Polish people". The suggestions on Moroccan jokes provide results of websites

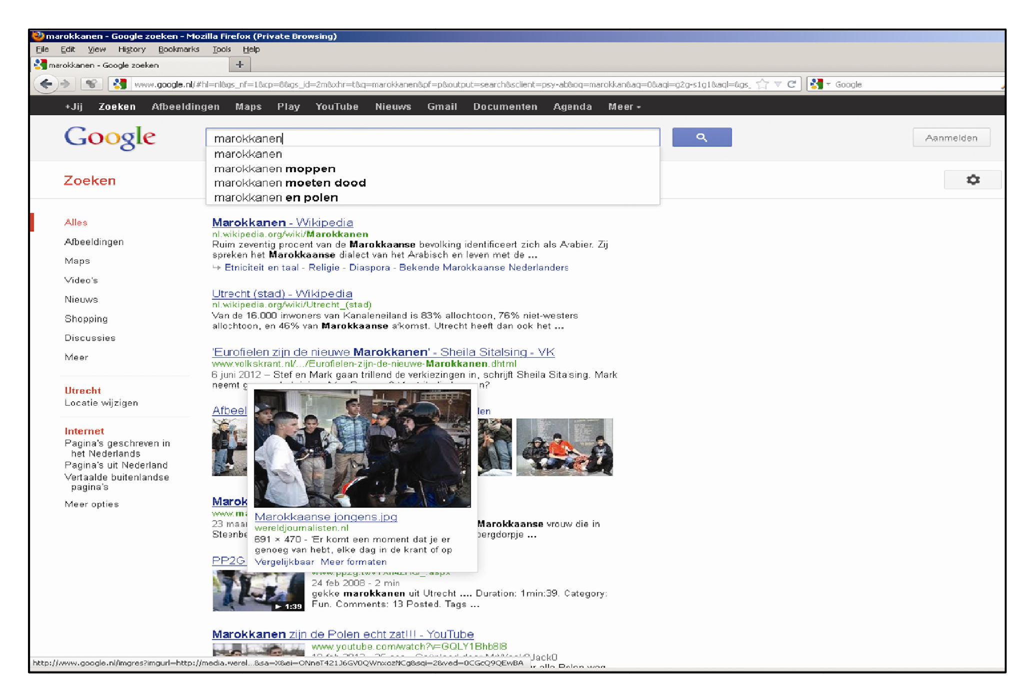


Figure 1: *Google.nl search "Marokkanen" (June 28, 2012)*

that host offensive anti-immigration, anti-Islam and racist jokes. The second suggestion points the Google user towards websites – mostly discussion forums – where white, right-wing extremist Dutch people discriminate against Moroccan-Dutch people. For example the third result directs the user towards a forum posting where the following comments are published in relation to Moroccan-Dutch youths "Those rotten bastards must die!!!!!!!!! Dirty, cowardly, disgusting, stinking cancer goats" (my translation) (Wilders, 2005, np). The third suggestion equates Moroccan-Dutch people with a more recent group of guest workers, Polish people. Simultaneously, without having pressed the search button, results are shown, including Google Image Search results. The four image suggestions are all stereotypical representations of aggressive masculine street culture representing Moroccan-Dutch youths as dangerous loiterers and the inclusion of a policeman emphasizes Moroccan-Dutch boys as troublemakers.

The auto-complete algorithm (which is partly based on the search-term popularity among previous users) exemplifies sedimented ideas that emphasize particular associations and stereotypes of Moroccan-Dutch people – particularly those voiced by former Member of Parliament Geert Wilders and his 'Freedom Party' PVV – rather than others. Spearheaded by anti-Islamic Geert Wilders and sensationalist press, young people of Moroccan migrant descent are often seen as a problem. Moroccan-Dutch boys are dismissed as strangers to Western society, possibly dangerous Islamic fundamentalists, street-terrorists or thieves while especially head-scarf wearing girls are constructed as either un-emancipated and backward or oppressed by Muslim culture. The example given in figure 1 is not a temporary glitch, a similar English-language search query on March 15, 2013 for "Muslims are" resulted in the following suggestions: "Muslims are stupid", "Muslims are evil" and "Muslims are the favorite scapegoats of this time".

In the context of the United States, danah boyd similarly describes that when for instance searching for the name "Mohammed" Google auto-complete suggestions provide suggestions related to Islamic extremism and terrorism. She defines this process as a form of "guilt through algorithmic association", as the search suggestions for Mohammed exemplify how people can be "algorithmically associated with practices, organizations, and concepts that paint them in a problematic light" (boyd, 2011, n.p.). The auto-complete example reminds us that digital space is not neutral but power-ridden. A platform on the "Internet hails its audiences", in a way that is similar to how non-digital environments are intended for particular groups of people (Nakamura & Lovink, 2005, p. 61).

The examples discussed above attest to how these ideologies may be perpetuated through commercial algorithms, but participants of digital culture also constitute them themselves. During my fieldwork, many informants shared frustrations and anger with ignorance, discrimination and hate-speech they encountered in their engagement with Internet platforms. 16-year-old Naoul's[1] statements were for instance harsh reminders of the politics of difference on YouTube. Naoul said that the comment sections for videos pertaining to Morocco sometimes fill up

---

[1] The names of interviewees used in this chapter are pseudonyms, mostly suggested by the informants themselves.

with verbal abuse and hostility: "when you watch a video on YouTube, they [referring to white, ethnic majority Dutch people] shout cunt-Moroccans and this and that about Moroccans". Exclusionary majority user norms were for instance also apparent in Dutch computer game culture, where Islam is equated with terrorism. A fan of the game *Counter Strike*, 15-year-old Oussema shared that he had bad experiences after he disclosed his ethnic and religious background: "When saying I am Moroccan, I am a Muslim, I get called a terrorist.' Eighteen-year-old Safae told me after her friend who covers her hair uploaded a picture on the Dutch social networking site *Hyves*, somebody sent her a message typing 'we live in 2010, a head-scarf is out-dated, and it's something of the past". Thus, digital spaces are not mere mute, neutral and external backdrops of identity formation, but distinct expressive cultures filled with ideologies, hierarchies and politics. However, informants added they enjoy to spend a lot of their time on these platforms, and one way to keep it enjoyable is by pushing back at the negativities they encounter.

Once inside, the informants actively work against being othered and struggle to acquire a desired position. Focusing on offline spatial relations, Nirmal Puwar argues that British institutions such as the parliament, judiciary, civil service and academia are territories that hold historically "reserved" privileged positions. Recognizing that including and excluding mechanisms operate around corporeal specificity; those who enter spaces of authoritative power are measured against the dominant template of "white male bodies of a specific habitus". Those who do not meet the normative expectations are rendered out of place; they become "space invaders" (Puwar, 2004, pp. 141–144). Puwar developed the concept of space invaders to understand how ethnic minorities can feel out of place in institutionalized spaces. Stretching the concept, I wonder how hierarchies are constructed and impact upon digital practices of minority subjects. Following Puwar, the question arises what happens when Moroccan-Dutch youths take up privileged positions which have not been reserved for them across digital space. When having to assert themselves against the grain, non-mainstream users become invaders of online territories. Having mapped out how digital spaces are constructed as prescriptive, normative spaces; the question arises how they can be subverted, invaded or transformed by the contributions of subaltern subjects, as they create diversity in spaces that were previously defined as neutral and universal. Below, five examples of everyday acts of space invasion will be discussed.

Strategy 1: contesting offline exclusion online

In the year 2000, Moroccan-Dutch digital media enthusiast Abdelilah Amraoui initiated a movement in the Netherlands called *Geweigerd.nl* (in English: Denied.nl) in direct response to the discrimination among owners of club venues and discotheques who required bouncers to refuse people entrance based on their ethnicity, race or skin color. As he noted in our interview, Amraoui started the website because he feels "you can now create media yourself in case you cannot find it elsewhere". The site invited young people who felt they were wrongfully refused entry to a venue to submit their stories of being refused access. The topbanner of the *Geweigerd.nl* website consists of logos combining (in)famous Dutch nightclubs with stop-signs and an

animation which shows the "top five of bouncer excuses" such as "this is not a multicultural event" and "there are already plenty of your sort inside". Personal experiences of being wrongfully denied access were published online. Collecting personal stories of mainly frustrated Dutch migrant youths, Amraoui engaged in dialogue with those places of entertainment that were often mentioned by site visitors in order to re-negotiate their admission policies. His initiative took off; as unfair and discriminating admission policies received wider attention after Amraoui collaborated with the nationally famous Moroccan-Dutch rapper Ali B. with a song similarly titled *Geweigerd.nl*.

Strategy 2: digital mimicry of Dutchness

During our interview, 15-year-old Ryan explains that he is accepted as a gamer, because he argues he does "not look like a Moroccan" online, in the sense that he is seen as "very different from what normal Moroccan youths" do. He "mostly only plays games on the computer", and he says gaming is more white "Dutch culture" as it is mostly white "Dutch kids who play games". He is accepted, as he backgrounds Moroccan affiliations during in-game interaction using voice-chat programs like Skype or Teamspeak: "when I talk I do not appear to be Moroccan". On his personal profile page on the Dutch social networking Hyves, he also subverts the dominant image of Moroccan-Dutch youths: "when someone sees me there, they say I do not look like a Moroccan, but obviously I am one, but I do not let it show". Masking his Moroccanness, Ryan passes as an ethnic majority Dutch boy. The ambivalence of passing is described by Homi Bhabha, who recognizes processes of passing as "mimicry". Mimicry offers camouflage and can become a site of resistance and transgression. The other achieves "partial presence" by passing for something one is not and "becoming a subject of a difference that is almost the same, but not quite" (1994, pp. 122–133). Ryan does so by strategically employing dominant cultural repertoires and making less visible the ways he diverts from majority norms while emphasizing resemblances. Ryan's act of passing acts offers self-protection but also reflects his desires to be accepted by the majority group. Nakamura notes that "racial impersonation" is a form of passing that "reveals a great deal about how people 'do' race online". However, she argues that passing does keep the foundations of dominant exclusionary, white national identities intact (2002, pp. xvi, 37).

Strategy 3: a space of one's own

> "It is a sort of support. As a process of feeding [your emotions], by sort of reacting to each other. You'll have everyone who backs you up. It's like everyone is on the same side. You kind of become more sure of yourself. You just know, yes look we are not the only ones who think this way and so on." (Ilham, 13 years old)

Wired Up survey findings indicate a distinct preference for engaging with discussion boards among ethnic minorities in the Netherlands: Moroccan-Dutch youths report to visit online

discussion boards more than ethnic majority Dutch youths. For example one in every five Moroccan-Dutch survey participants reports visiting online discussion boards for at least four days per week, while only one in every ten white Dutch student who participated in the survey report doing so (*Wired Up*, 2012). During the interviews I learned discussion boards like *Marokko.nl*, *Chaima.nl* and *Maroc.nl* are felt as safe spaces to connect with fellow Moroccan-Dutch youths. As 15-year-old SouSou states: “Marokko.nl is a website where especially Moroccans come so to say”. As Naoul, a 16-year-old girl notes: *Marokko.nl* is a community, “it is your own circle, with all those Moroccan things” that are discussed, and “the people there are like you, that’s nice”. As a corner of their own these sites are taken up to create a space where Moroccan-Dutch youths become the majority group. Boundary markers such as Moroccan images and symbols that include photos taken in Morocco, Arabic typing as well as visual references to the Islam like a minaret and the Quran, as well as photos of veiled women are circulated. Furthermore, in the discussion, users can reframe dominant stereotypical views circulating in news media. Sixteen-year-old Nevra finds that “different stories” are shared on Internet forums, where “there is often negative talk about Moroccan youths [in the news media], I find that youths there can say what they want, showing it is not all bad”. Dara Byrne describes message boards frequented by ethnic minorities, such as *AsianAvenue.com*, *MiGente.com*, and *BlackPlanet.com*, that “fly well below the mainstream radar” as extremely valuable “public spheres” for minority groups. Because such spaces are relatively free from influences of members of majority groups, they are successfully employed to circulate insider knowledge, develop stronger “group cohesion” and a shared sense of belonging (2008).

Strategy 4: hybridization as youth-cultural capital

Another more common strategy I observed is the hybridization of affiliations. Inzaf for instance logged in to MSN Messenger using the display name “El Hoceima is the bom, that’s the place where I come from so just tell everyone thats the city number ONE”. Explaining its significance during our interview, she shared: El Hoceima “means a lot to me because that is the town in Morocco where I am from, I was not born there but my father was and I want to show that I am proud of it”. She added that “it rhymes in English” and it is “nicer to say it in English than in Dutch”. Through hybridization, different loyalties can be combined. She signals transnational affiliations with the city of El Hoceima in Morocco but she uses the vocabulary of English-language global hip-hop youth culture as well as Internetspeak. The nickname is a way to emphasize her individuality, but also to connect with her peers. Such acts of hybridization reflect active intercultural encounters. Ayhan Kaya for instance argues that young Turkish-Germans in Berlin use hip-hop youth culture to mingle in the mainstream cultural field. These youngsters tap into global symbolisms such as rap, cool looks, graffiti and dance to mark a social, cultural and political space in the urban landscape. In their appropriation and recirculation of hip-hop youth culture, migrant youths may combine their “aesthetics of diaspora” and “global transcultural capital”. Hip-hop as such is a mechanism that enables ethnic minority youths to assert themselves into global youth culture (2002, p. 45).

Strategy 5: hypertextual selves

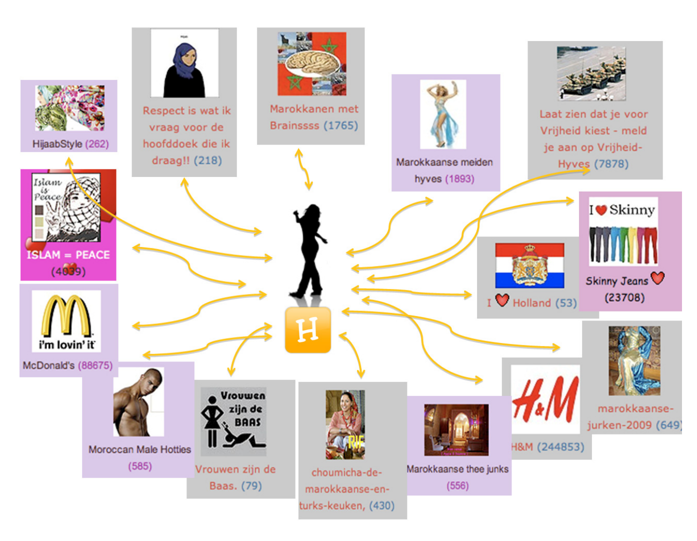


Figure 2: *Hyves groups Midia links to on her Hyves profile page (April 15, 2009)*

Already in the early days of the internet, feminist theorist Donna Haraway recognized "although the metaphor of hypertext insists on making connections as practice, the trope does not suggest which connections make sense for which purposes and which patches we might want to follow or avoid." (1997, p. 126). A brief excursion through a number of profile pages on the Dutch social networking site *Hyves* set up by Moroccan-Dutch youth show that these youth individually hyperlink to and participate in many different online groups. Figure 2 displays the hyperlinks found on the *Hyves* profilepage of Midia, a 13-year-old girl. Upon joining of a *Hyves* group, a small icon appears on a personal profile page. On her page, Midia links to groups that deal with her food preferences, such as global junk food like McDonalds. She contrasts it with being a "Moroccan tea junky" and the Moroccan kitchen. A demand for "respect for wearing a headscarf" is connected with a community such as "Moroccan Male Hotties" and "Moroccans with brains". She likes H&M and "skinny jeans" but she also shows her attachments to traditional "Moroccan dresses". Her religious affiliations are shown by linking to groups such as "Hijab style" and "Islam = peace" and she combines this by joining "I love Holland". And she lists the group with an image of the Tiananmen Square protests "choosing for freedom" with a group that goes by the statement "women are in charge". From this image, one can clearly observe that cultural identification is a distributed practice. The multiplicity of her personal cultural trajectory becomes visible. These different visual statements cover a wide spectrum of interests, belongings and affiliations. The image shows unexpected coalitions of Moroccan-Dutch youths make as space invaders: Midia aligns with majority groups as she

affiliates with global youth food preferences, activism and clothing styles. Rather than a straightforward continuation of migrant cultures she actively transforms them in the context of the dominant youth cultures in which she grows up.

Conclusions

> "[W]hat remains insufficiently addressed are the very real and material ways in which space constitutes a site and a medium for the enactment of cultural power" (Shome, 2003, p. 40).

In this chapter I have built on spatial concepts of Walter Benjamin and Nirmal Puwar by coupling their writings with fieldwork findings on how Moroccan-Dutch youths engage with Internet platforms. When having to assert themselves against the grain, non-mainstream users such as ethnic minorities become space invaders of digital locations. Digital spaces are thus best considered as part of everyday, real-life, uneven power relations, where offline and online spheres infuse each other with meaning. The optics of the arcade and space invaders were further developed to empirically trace and theorize digital spatial biases and their subversion, much needed to intervene in dominant utopian thinking about digital media potentialities. What these examples showcase is that digital arcades and their terrains are hierarchical territories, they are uneven geographies marked by symbols and discursive borders. Mainstream bodies participating in mainstream digital spaces produce and occupy certain ideal types and reserved positions. By exploring alternative modes of communication and forms of belonging such as appropriating a digital corner of ones own, hybridization and hyperlinking, it was explored how subjects on the wrong side of the template and peer-produced norms invade spaces and transform them from within.

Literatur

Benjamin, Walter (1999): *The Arcades Project.* Trans. Howard Eiland and Kevin McLaughlin, Cambridge: Harvard University Press.

Bhabha, Homi (1994): *The location of culture*. New York: Routledge.

boyd, danah (2011): Guilt through algorithmic association. *Apophenia.* 12 September. Abgerufen unter: http://www.zephoria.org/thoughts/archives/2011/09/12/guilt-through-algorithmic-association.html [Stand vom 15-03-2013].

Byrne, Dara (2008): The future of (the) 'race': Identity, discourse, and the rise of computer-mediated public spheres. In: Everett, Anna (Hrsg.): *Learning race and ethnicity: Youth and digital media*. Cambridge, MA: MIT Press, 15–38.

CBS (2011): *Statistics Netherlands Statline*. Abgerufen unter: http://statline.cbs.nl/

Gazzah, Miriam (2010): Maroc-Hop: Music and youth identities in the Netherlands. In: Herrera, Linda & Bayat, Asef (Hrsg.): *Being young and Muslim*. Oxford: Oxford University Press, S. 309–323.

Haraway, Donna (1991): *Simians, cyborgs, and women: the reinvention of nature*. New York: Routledge.

Jurgens, Fleur (2007): *Het Marokkanendrama*. Amsterdam: Meulenhoff.

Kaya, Ayhan (2002): Aesthetics of diaspora: contemporary minstrels in Turkish Berlin. *Journal of Ethnic and Migration Studies* 28 (1), S. 43–62.

Leurs, Koen; Midden, Eva & Ponzanesi, Sandra (2012): Digital multiculturalism in the Netherlands: Religious, ethnic, and gender positioning by Moroccan-Dutch youth. *Religion and Gender* 2 (1), S. 150–175. Abgerufen unter: http://www.religionandgender.org/index.php/rg/article/view/36 [Stand vom 15-03-2013].

Nakamura, Lisa (2002): *Cybertypes. Race, ethnicity and identity on the Internet*. New York: Routledge.

Nakamura, Lisa & Lovink, Geert (2005): Talking race and cyberspace: An interview with Lisa Nakamura. *Frontiers: A Journal of Women Studies* 26.1, S. 60–65.

Puwar, Nirmal (2004): *Space Invaders. Race, gender and bodies out of place*. Oxford: Berg, 2004.

Said, Edward (1994): *Culture and imperialism*. New York: Vintage Books.

Shome, Raka (2003): Space matters: The power and practice of space. *Communication Theory* 13 (1), S. 39–56.

Verhagen, Frans (2010). *Hoezo mislukt? De nuchtere feiten over de integratie in Nederland*. Amsterdam: Nieuw Amsterdam.

Wilders, Paul (2005): 'En wederom van die laffe kankermarokkanen', forum posting, 18 October, MeetHolland. Abgerufen unter: old.meetholland.com/message/708037.aspx [Stand vom 15-03-2013].

Wired Up. (2012): *Research report*. Abgerufen unter: http://www.uu.nl/wiredup/pdf/Wired_Up_-_Technical_survey_report.pdf. [Stand vom 15-03-2013].

Zittrain, Jonathan (2008): *The future of the Internet.* New Haven: Yale University Press.

Erfassung von räumlichen Daten in multiplen Dimensionen – topographisches LiDAR

Martin Rutzinger, Magnus Bremer, Rudolf Sailer und Johann Stötter

Zusammenfassung

In den letzten Jahren stieg die Bedeutung räumlicher Information nicht nur in den Bereichen Forschung, Wissenschaft und öffentlicher Verwaltung, sondern auch für alltägliche Anwendungen. Durch neue Entwicklungen in der Sensortechnologie ermöglicht die Fernerkundung die Erfassung von geographischen Daten in zunehmend höherer zeitlicher und räumlicher Auflösung. Dies eröffnet zum einen neue Möglichkeiten in der Auswertung, Analyse und Anwendung solcher Daten, andererseits werden jedoch auch neue Anforderungen von themenspezifischen Anwendungen an die Datenerfassung gestellt. Ziel der Forschungen in der LiDAR Research Group des Instituts für Geographie an der Universität Innsbruck ist die Entwicklung und Anwendung von Methoden für die Analyse neuer Fernerkundungsdaten und Geoinformation zur Detektion, Kartierung und Quantifizierung von geographischen Phänomenen und Objekten im Natur- und Kulturraum. Ein Hauptaugenmerk liegt in der Erforschung des Potenzials der topographischen Information von Laserscanningdaten für die dreidimensionale Kartierung, das Monitoring von zeitlichen Veränderungen und die Modellierung von Prozessen in verschiedenen Maßstabsebenen. Im vorliegenden Beitrag wird ein Überblick über die Grundprinzipien der Abstraktion von realen Objekten zu digitalen 3D-Objekten aus Laserscanningdaten gegeben. An ausgewählten Beispielen werden konkrete Anwendungen für die Zivilgesellschaft gezeigt.

Einführung

Fernerkundung ist die Wissenschaft der berührungslosen Beobachtung, Analyse und Quantifizierung von Oberflächen und Objekten durch die Aufnahme von emittierter und reflektierter elektromagnetischer Strahlung über Sensoren. Die wohl anschaulichste Weise, wie Fernerkundung betrieben werden kann, ist der Fotoapparat bzw. die Digitalkamera. Dabei wird die an Objekten reflektierte Sonnenstrahlung von einem Sensor detektiert und in ein Foto umgesetzt. Fernerkundung wird zur Erfassung von räumlichen Daten z.B. zur Analyse von Meeresoberflächen, Vegetationstrukturen, geomorphologischen Prozessen oder der Kartierung von Siedlungsräumen und Infrastruktur verwendet. Fernerkundung kann mittels Sensoren auf verschiedenen Trägerplattformen betrieben werden. Man unterscheidet terrestrische, bodennahe, flugzeug- oder helikoptergestützte sowie satellitengestützte Fernerkundungssysteme. Je nach Anwendung bieten die jeweiligen Trägerplattformen Vor- und Nachteile. Im Allgemeinen gilt, dass mit größerer Flughöhe die Größe des beobachtbaren Ausschnitts zunimmt, wobei gleichzeitig die räumliche Auflösung der aufgenommenen Daten abnimmt (Abb. 1). Um eine größere Gebietsabdeckung zu erhalten, werden Aufnahmen bei terrestrischen Trägerplattformen von verschiedenen Standorten, bei bodennahen und flugzeug- bzw. helikoptergestützten Trägerplattformen in Flugstreifen und bei Satellitenaufnahmen in definierten Umlaufbahnen um die Erde aufgenommen (Lillesand et al. 2003) (Abb. 2).

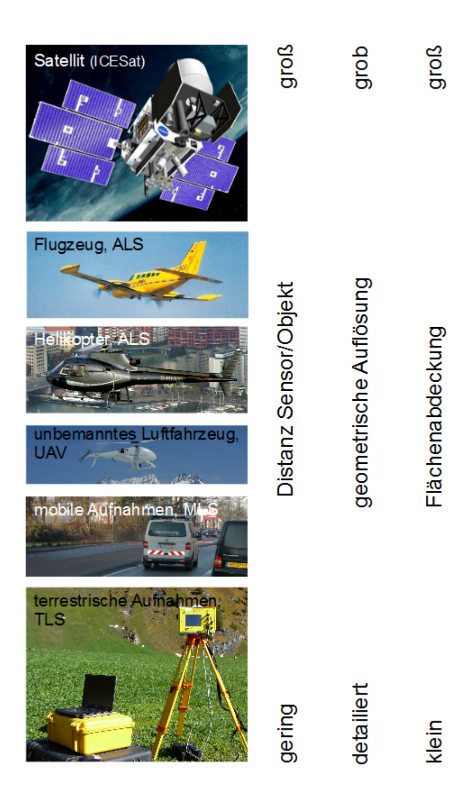


***Abbildung 1**: Trägerplattformen, Flughöhen und Auflösungen am Beispiel topographisches LiDAR*

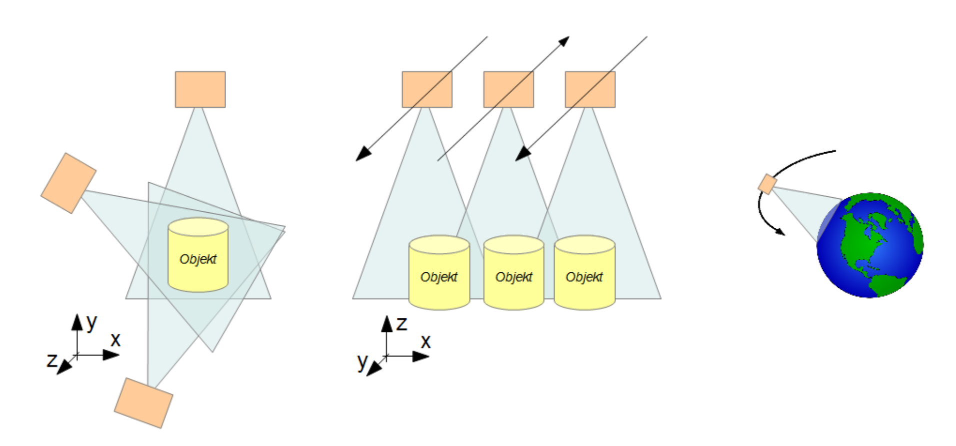


***Abbildung 2:** Aufnahme von verschiedenen Standorten bei terrestrischen Aufnahmen (links), Flugstreifen (Mitte) und Umlaufbahnen bei Satelliten (rechts) zur Abdeckung von größeren Gebieten*

Grundsätzlich werden passive und aktive Fernerkundungssysteme unterschieden. Passive Systeme nutzen externe Energiequellen wie das Sonnenlicht (z.B. optische Sensoren wie ein Fotoapparat) oder die Wärmestrahlung von Körpern (z.B. Thermographie). Aktive Systeme besitzen eigene Energiequellen, die zum Beispiel Laserlicht (topographisches LiDAR, *Light Detection and Ranging*) oder Mikrowellen (RADAR, *Radio Detection and Ranging*) aussenden. Ein einfaches Beispiel für ein aktives System stellt ein Blitzlichtfoto dar. Der Vorteil von aktiven Systemen liegt darin, dass sie auch nachts und bei witterungsbedingt schlechter Sicht eingesetzt werden können. Darüber hinaus besitzen LiDAR- und RADAR-Systeme die Eigenschaft, dass z.B. Vegetation „durchdrungen" werden kann und somit detaillierte Informationen über die Geländeeigenschaften unter Wald abgeleitet werden können (Albertz 2013).

So wie das menschliche Auge räumliche Realitäten in unterschiedlicher Dimensionalität wahrnehmen kann, sind auch durch Fernerkundungssensoren erfasste und ausgewertete geographische Daten der Erdoberfläche mehrdimensional. Je höher die Dimensionalität, desto komplexer und anspruchsvoller ist die Verarbeitung der jeweiligen geographischen Daten. Geometrisch betrachtet kann die Erdoberfläche zweidimensional (2D), pseudo-dreidimensional (2.5D) oder dreidimensional (3D) repräsentiert werden (Abb. 3). Die zeitliche Veränderung von räumlichen Phänomenen wird als vierte Dimension (4D) bezeichnet. Dabei ist zwischen sich bewegenden Objekten im Sinne von einem Verändern des Standorts von A nach B (z.B. fahrendes Auto) und ortsfesten Objekten, deren Oberfläche bzw. Volumen sich verändert (z.B. Ausbreitung des Waldes über mehrere Jahre, Abgang einer Rutschung), zu unterscheiden. Die Beobachtung von zeitlichen Veränderungen wird mittels Zeitreihenanalysen, *Tracking*-Methoden und *Change-Detection*-Analysen bewerkstelligt. Eine weitere Dimensionalität wird durch die radiometrischen und spektralen Sensoreigenschaften bestimmt. Sensoren nehmen elektromagnetische Strahlung in einem definierten Wellenlängenbereich auf. Dabei können verschiedene Wellenlängenbereiche in mehreren Farbbändern bzw. -kanälen abgespeichert werden. Bei optischen Sensoren können es z.B. drei Farbkanäle im sichtbaren Wellenlängenbereich (Rot, Grün, Blau) sein. Schließlich gibt es noch eine semantische Dimensionalität, die durch die Klassifikation von Fernerkundungsdaten in benennbare, abgegrenzte Objekte bzw. Objektklassen erzeugt

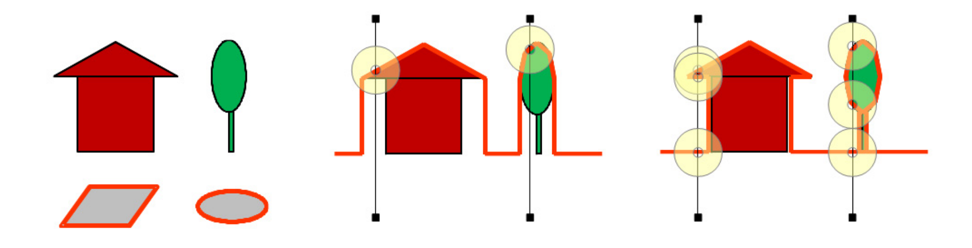


Abbildung 3: *Geometrische Dimensionalität von geographischen Daten*
(links: zweidimensional, 2D; Mitte: pseudo-dreidimensional, 2.5D; rechts: dreidimensional, 3D)

wird. Je nach Maßstabsebene einer Auswertung kann es sich auch um mehrere semantische Hierarchiestufen zur Bezeichnung eines Phänomens oder Objekts handeln. So kann zum Beispiel ein Waldbestand klassifiziert werden, der sich aus verschiedenen Baumarten und weiters aus einzelnen Bäumen zusammensetzt. Ein Laubbaum kann weiter differenziert werden in Belaubung, Baumkrone und Stamm. Somit hätte die hier beschriebene semantische Dimension vier Hierarchiestufen.

Für thematische Anwendungen ist die Auflösung von geographischen Daten entscheidend. Dabei wird zwischen räumlicher bzw. geometrischer Auflösung (kleinstes abbildbares Objekt), zeitlicher Auflösung (zeitlicher Abstand zwischen wiederholten Aufnahmen an derselben Stelle), radiometrischer Auflösung (Anzahl der maximal möglichen aufgenommenen Grauwerte) und spektraler Auflösung (Anzahl und Charakteristik der Farbbänder bzw. -kanäle) unterschieden. Panchromatische Aufnahmen besitzen einen Farbkanal (Grauwertebild), multispektrale Aufnahmen bestehen zum Beispiel aus drei Farbkanälen im sichtbaren Bereich (Rot, Grün und Blau) und einem Farbkanal im nahen Infrarot, und hyperspektrale Aufnahmen besitzen mehrere bis zu hunderte Farbkanäle (Lillesand et al. 2004).

Topographisches LiDAR

Topographisches LiDAR ist ein aktives Fernerkundungsverfahren, bei dem LASER-Licht (*Light Amplification by Stimulated Emission of Radiation*) ausgesendet wird und das primär zur Erfassung von hochauflösenden, die Raumausstattung eines Geländes repräsentierenden Geometriedaten verwendet wird. Je nach System werden Entfernungen von Einzelpunkten gemessen (*Laser Ranging*), Profilschnitte aufgenommen (*Laser Profiling*) oder Daten flächenhaft aufgenommen (*Laser Scanning*). Ein Laserscanner zeichnet zwei Parameter auf, nämlich die Entfernung (*Range*) und den Scanwinkel. Die Entfernung wird aus der Messung der benötigten Laufzeit des Laserlichts zwischen Aussendezeitpunkt, Reflexion durch Rückstreuung an der Erdoberfläche und Detektion am Sensor bestimmt (Formel 1).

Formel 1: $$R = \frac{c \cdot \Delta t}{2}$$

R… Range (Entfernung vom Sensor zum Objekt) [m]

c… Geschwindigkeit des Laserlichts [m/s]

t… Laufzeit vom Aussendezeitpunkt des Laserimpulses bis zur Detektion des Laserechos nach der Rückstreuung am Objekt [s]

Ein flugzeuggestütztes Laserscanningsystem (*Airborne Laser Scanning*, ALS) besteht aus einer Lasereinheit, einem differenziellen Globalen Positionierungssystem (dGPS) und einer inertialen Messeinheit (IMU). Die Lasereinheit sendet den Laserimpuls aus und detektiert das zurückkommende Signal (Echo, Return). Zu jeder Entfernungsmessung wird der Aussendewinkel des Laserpulses (Scanwinkel) relativ zur Trägerplattform bestimmt. Aus Entfernung und Scanwinkel werden die relativen Koordinaten eines getroffenen Punktes in Bezug zur Trägerplattform berechnet. Das dGPS bestimmt die absolute Position der Trägerplattform (z.B.

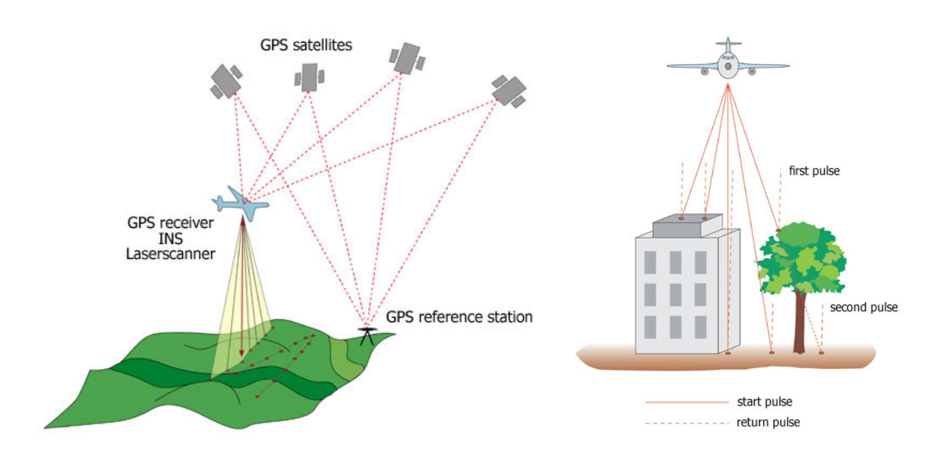


Abbildung 4: *Messprinzip des flugzeuggestützten Laserscannings (Terra Imaging, 2013)*

des Flugzeugs) bzw. der Lasereinheit im Raum. Die IMU misst die Winkel, die die Abweichung des Flugzeugs bzw. der Lasereinheit vom definierten Raumvektor der geplanten Flugbahn beschreiben (Nicken, Rollen, Driften). Durch die Kombination dieser drei Komponenten wird die absolute Koordinate eines Laserechoes auf der Erdoberfläche bestimmt. Für den Spezialfall des bodengestützten bzw. terrestrischen Laserscannings (*Terrestrial Laser Scanning*, TLS) verfügt das System nur über eine Lasereinheit, die auf einem Dreibein montiert wird. Hier müssen einzelne Aufnahmen auf Basis von manuellen dGPS-Messungen von Passpunkten registriert und geo-referenziert werden (Pfeifer und Briese 2007).

Wenn der Lichtkegel des ausgesandten Laserimpulses nur auf eine Teilfläche eines Objekts trifft (z.B. bei Dachkanten von Gebäuden oder Ästen von Bäumen), wird auch nur ein Teil des Laserlichts als Echo zurückgestreut (Abb. 4). Der andere Teil wandert weiter und wird erst später z.B. am Boden zurückgestreut. Die meisten operationell eingesetzten Systeme können bis zu vier Laserechoes pro ausgesandtem Laserimpuls aufzeichnen. Dieser Effekt spielt vor allem bei Waldflächen eine entscheidende Rolle, weil die Laserimpulse durch kleine Lücken im Kronendach die Erdoberfläche erreichen können, sodass hochauflösende Geländemodelle unter Waldbeständen abgeleitet werden können. Im Vergleich zu bisherigen photogrammetrischen Methoden ist dies eine wesentliche Innovation (Vosselman und Maas 2010).

Das Ergebnis einer Laserscanningmessung ist eine dreidimensionale Punktwolke bestehend aus den Koordinaten der rückgestreuten Echos und einem Intensitätswert, die Stärke der Reflexion widerspiegelt. Die Intensitätswerte sind stark von den Aufnahmeparametern abhängig (Flughöhe, Einfallswinkel, meteorologische Bedingungen der Atmosphäre) und müssen deshalb für die Weiterverwendung scan- bzw. streifenweise korrigiert werden (Höfle und Pfeifer 2007).

Die Laserscanningpunktwolke ist nach Registrierung und Georeferenzierung das primäre Endprodukt einer Laserscanningmessung und entspricht dem Datensatz mit der höchsten räumli-

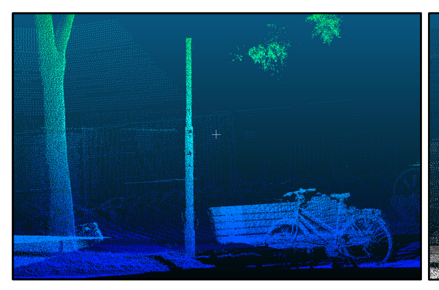



Abbildung 5*: Das Ergebnis einer Laserscanningmessung ist eine dreidimensionale Punktwolke (links: eingefärbt nach Höhe, rechts eingefärbt nach Intensität)*

chen Auflösung (Abb. 5). In einem ersten Prozessierungsschritt wird die Punktwolke klassifiziert und die Bodenpunkte (Geländepunkte) von Objektpunkten (z.B. Gebäude, hohe Vegetation) getrennt (Abb. 6). Die Verarbeitung und Analyse von 3D Daten ist sehr aufwändig und komplex. Es gibt noch relativ wenig standardisierte Softwareprodukte, die direkt mit hochauflösenden 3D-Punktwolken arbeiten können. Meist werden in weiteren Verarbeitungsschritten die Daten rasterisiert und damit in eine 2.5D-Datenrepräsentation überführt, damit die Laserdaten einfach in Geographische Informationssysteme (GIS) integriert und mit bestehenden geographischen Daten weiterverarbeitet werden können.

Bathymetrische Lasersysteme können unter klaren und ruhigen Bedingungen Wasser durchdringen und damit Wassertiefen entlang von Küstengewässern, in Seen oder Flussläufen messen. Dazu werden Lasersysteme mit zwei Laserquellen verwendet. Ein Laserstrahl im roten Wellenlängenbereich reflektiert an der Wasseroberfläche und misst die exakte Flughöhe, und ein Laserstrahl im grünen Wellenlängenbereich misst die Wassertiefe. Die messbaren Tiefen sind aufgrund der optischen Wassereigenschaften und -trübung begrenzt (Irish und White 1998, Doneus et al. 2013).

Anwendungen

Die Anwendungen von Laserscanningdaten sind vielfältig und reichen von der Erstellung von virtuellen 3D-Modellen, Planungsgrundlagen bei Infrastruktur- und Bauprojekten, forstwirtschaftlicher Inventurparameterableitung und Naturgefahrenmodellierung bis zur Gletschervermessung.

Forstwirtschaft: Aufgrund der beschriebenen Eigenschaften der LiDAR-Technologie bei hoher Vegetation und Waldflächen wird sie zur flächendeckenden Erfassung forstlicher Parameter wie Baumhöhe, Bestandsdichte und Überschirmungsgrad verwendet (Hyyppä et al. 2008). So kann beipielsweise der Überschirmungsgrad innerhalb eines Waldbestandes nach automatischer Datenklassifikation und Einzelbaumableitung vollständig datengetrieben abgeleitet werden (Eysn et al. 2012). Dies ermöglicht eine objektive Bestimmung der Waldgrenze und somit ein verlässliches Monitoring ihrer Veränderung bei Analyse von multitemporalen

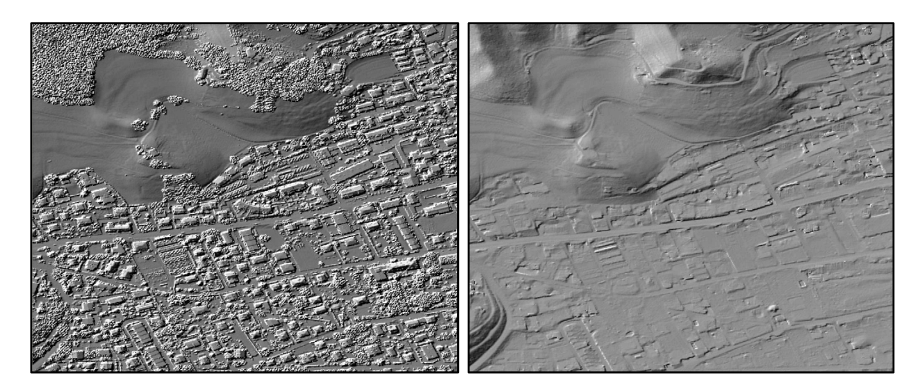


***Abbildung 6**: Digitales Oberflächenmodel und Geländemodell aus flugzeuggestützten Laserscanningdaten (Land Tirol, 2013)*

Datensätzen. Neben den angeführten Parametern werden auch Holzvorrat und oberirdische Biomasse aus statistischen Punktverteilungen abgeleitet (Hollaus et al. 2009, Jochem et al. 2011). Zur Kalibrierung der genannten Methoden bietet das TLS zudem die Möglichkeit zu einer detaillierten Ableitung von Baumarchitekturen, die ein genaues Abschätzen von Holzvorrat und Biomasse auf Plot-Basis zulassen (Bremer et al. 2013).

Glaziologie, Geomorphologie und Naturgefahren im Hochgebirge: Aufgrund der hohen Detailgenauigkeit und der großen Gebietsabdeckung eignen sich ALS-Daten für die Erstellung geodätischer Gletschermassenbilanzen (Geist & Stötter 2009) sowie zur Klassifikation von Schnee, Firn und Eisflächen (Höfle et al. 2007) sowie zur Detektion und Analyse von Objekten wie z.B. Gletscherspalten (Kodde et al. 2007) oder Toteis in Gletschernähe (Sailer et al. 2012). In diesem Zusammenhang ist die Analyse von Genauigkeiten und Fehlerraten und die Entwicklung von Workflows für punkt- und rasterorientierte glaziologische Anwendungen Grundlage für operationelle Anwendungen (Bollmann et al. 2011; Sailer et al. 2012). Neben Gletschern, die auch im Gelände gut sichtbar auf Änderungen im Klimasystem reagieren, sind Laserscanningdaten geeignet, um Veränderungen im Hochgebirge, die durch geomorphologische Prozesse (z.B. Steinschlag, Felssturz, Mure) verursacht sind, großflächig zu detektieren und zu quantifizieren (Sailer et al. 2012, Zieher et al. 2012). TLS und ALS liefern auch Datengrundlagen für die Detektion und das Monitoring von Erosionsflächen und Rutschungen, z.B. für die Quantifizierung von Flächen- und Volumsänderungen (Metternicht et al. 2005, Jaboyedoff et al. 2012). Im Themenfeld Permafrostforschung werden multitemporale ALS-Daten zur Messung von Oberflächengeschwindigkeiten und Massenveränderungen von Blockgletschern verwendet (Bollmann et al. 2012; Klug et al. 2012). Erste praktische Anwendungen beim Umgang mit Naturgefahren machten sich das Potenzial von Laserscanningdaten zunutze, sodass durch das teilweise Durchdringen von Bergwald erstmals hochaufgelöste Geländemodelle für bisher nicht erfassbare Bereiche verfügbar wurden (Belitz et al. 1996; Maukisch et al. 1996a, 1996b). Dadurch konnten neue Erkenntnisse über die vom Gelände abhängigen Rahmenbedingungen zur Entstehung sowie zum Verlauf von Lawinen gewonnen werden. Neben

Anwendung zur verbesserten Modellierung von Lawinen aus ALS-Daten kommt heute insbesondere TLS zum Monitoring der winterlichen Schneedecke zum Einsatz (Jörg et al. 2006, Schaffhauser et al. 2008, Prokop et al. 2008). Die daraus abgeleiteten Ergebnisse lassen eine Massenbilanzierung von Lawinen zu, die ihrerseits wiederum zur Verbesserung von Lawinensimulationsmondellen beitragen (Sailer et al. 2008). Einen umfassenden Überblick über Anwendungen von topographischem LiDAR im Bereich Geomorphologie geben Höfle und Rutzinger (2011). Spezielle Anwendungen in der Naturgefahrenforschung beschreiben Geist et al. (2009).

Urbane Räume: In urbanen Räumen spielt die Ableitung von 3D-Stadtmodellen auf Basis von LIDAR-Daten mittlerweile eine wichtige Rolle. Mittels spezieller Segmentierungs- und Klassifizierungsverfahren lassen sich semantische Gruppen direkt aus der 3D-Punktwolke ableiten. Diese ermöglichen die Rekonstruktion und Modellierung komplexer Gebäude und die Einteilung in Einzelgebäude sowie Dach-, Fassadenflächen und Aufbauten (Oude Elberink und Vosselman 2011, Pu und Vosselman 2009). Die so erzeugten Modelle sind für detaillierte GIS-Abfragen, planerische Anwendungen sowie komplexe 3D-Visualisierungen verwendbar. In Kombination mit einem ebenfalls aus LiDAR-Daten abgeleiteten digitalen Geländemodell lässt sich die Sonnenstrahlungssituation für einzelne Gebäudeobjekte räumlich hochaufgelöst modellieren, aus der Planungsempfehlungen für die Einrichtung von Photovoltaic und Solarthermieanlagen ausgearbeitet werden (Jochem et al. 2009, Jochem et al. 2012). Ähnliche Modellierungen erfordert die Planung von Mobilfunkmasten oder die Simulation von mikroklimatischen Bedingungen (Brenner 2010). Mobile Laserscanningaufnahmen (*Mobile Laser Scanning*, MLS) werden v.a. für die Inventarisierung von Verkehrsflächen (Pu et al. 2011) und die Rekonstruktion von Gebäudefassaden verwendet (Rutzinger et. al. 2011).

Aktuelle Entwicklungen

Neue Entwicklungen in der Sensortechnologie von Lasersystemen ermöglichen die Aufzeichnung der gesamten Wellenform der zurückgestreuten Energie. Das sogenannte Full-Waveform (FWF) Laserscanning liefert somit zusätzliche Information über die radiometrischen Eigenschaften von gescannten Objekten und Oberflächen und erlaubt somit eine umfassendere Differenzierung und Analyse von Oberflächenrauigkeiten und Vegetationsstrukturen (Mallet und Bretar 2009, Höfle et al. 2012).

In letzter Zeit finden unbemannte Flugobjekte (*Unmanned Aerial Vehicles*, UAV) mediale Betrachtung. Der Vorteil von UAVs ist die flexible Einsetzbarkeit und die Abdeckung des Maßstabsbereichs zwischen den kleinräumigen Anwendungen von terrestrischen und großflächigen Einsatzmöglichkeiten flugzeuggestützter Trägerplattformen. Bisher waren Laserscannersysteme zu schwer für den Einsatz auf UAVs. Einige Forschergruppen arbeiten jedoch an UAVs mit Lasersensoren, sodass zu erwarten ist, dass auch diese Trägerplattformen in naher Zukunft standardmäßig für die Laserdatenerfassung zur Verfügung stehen werden (Wallace et al. 2012).

Bisher liefern operationelle Lasersysteme monochromatische Intensitätsbilder. Da es jedoch Lasersensoren gibt, die in verschiedenen Wellenlängen operieren, kann bei Kombination dieser Sensoren auch multispektrales Laserscanning betrieben werden. Diese Art des Laserscannings wird in Zukunft die Geländefilterung, Oberflächen- und Objektklassifikation revolutionieren (Briese et al. 2012, Pfennigbauer und Ullrich 2011).

Generell ist eine vermehrte Verfügbarkeit von flächendeckenden topographischen LiDAR-Datensätzen zu beobachten. Im Zusammenhang mit den *Open-Data*-Strategien der öffentlichen Verwaltungen werden diese Datensätze vermehrt verfügbar. Die mit jeder neuen Sensorgeneration steigenden Datenmengen stellen das Datenmanagement und die automatisierte flächendeckende Datenauswertung vor ständig neue Herausforderungen, insbesondere dann, wenn die hochaufgelöste 3D-Information der erfassten LiDAR-Punktwolke in Wert gesetzt werden soll.

Fazit

Topographisches LiDAR ist ein aktives Fernerkundungssystem das die Erfassung von dreidimensionalen Daten bei Tag und Nacht bzw. auch bei Schlechtwetter ermöglicht. LiDAR-Systeme sind auf verschiedenen Trägerplattformen verfügbar, was eine anwendungsorientierte Datenerfassung ermöglicht. Die Genauigkeit der erfassten Daten liegt im dm-cm- (ALS) bzw. im cm-mm- (TLS) Bereich. Der wohl bedeutendste Unterschied zu herkömmlichen optischen Fernerkundungssystemen bzw. klassischen photogrammetrischen Auswertungen ist die Eigenschaft, dass topographisches LiDAR die hohe Vegetationsbedeckung durchdringen kann und eine detaillierte Aufnahme des Geländes somit flächendeckend ermöglicht wird. Damit leistet diese Technologie einen wesentlichen Beitrag für die hochgenaue dreidimensionale Erfassung von räumlichen Daten für ein breites Anwendungsspektrum.

Literatur

Albertz, J. (2013): *Einführung in die Fernerkundung.* Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.

Belitz, K., Frisch, U., Maukisch, M., Stötter, J., Wilhelm, F., Konetschny, H., Strempel, K. &. Zenke, B. (1996): Laser-Scanning – ein neuartiges Verfahren zur Erstellung hochgenauer und hochauflösender digtaler Geländemodelle. *Interpraevent 4.* Klagenfurt, S. 15–25.

Bollmann, E.; Abermann, J.; Klug, C.; Sailer, R. & Stötter, J. (2012): Quantifying rockglacier creep using airborne laserscanning – a case study from two rockglaciers in the Austrian Alps. In: Hinkel, M. K. (Hrsg.): *Proceedings of the 10th International Conference on Permafrost*. Salekhard, S. 49–54.

Bollmann, E.; Sailer, R.; Briese, C.; Stötter, J. & Fritzmann, P. (2011): Potential of airborne laser scanning for geomorphologic feature and process detection and quantifications in high alpine mountains. *Zeitschrift für Geomorphologie* 55 (2), S. 83–104.

Bremer, M., Rutzinger, M. & Wichmann, V. (2013): Derivation of tree skeletons and error assessment using LiDAR point cloud data of varying quality. *ISPRS Journal of Photogrammetry and Remote Sensing* 80, S. 39–50.

Brenner, C. (2010): Building Extraction. In: Vosselman, G. & Maas, H.-G. (Hrsg.): *Airborne and Terrestrial Laser Scanning*. Boca Raton: Whittles Publishing, S. 169–212.

Briese, C.; Pfennigbauer, M.; Lehner, H.; Ullrich, A.; Wagner, W. & Pfeifer, N. (2012): Radiometric Calibration of multi-wavelength Airborne Laser Scanning Data. In: Shortis, M., Wagner, W. & Hyyppä, J. (Hrsg.): *ISPRS Annals of the Photogrammetry, Remote Sensing and Spatial Information Sciences*. Melbourne: Cobernicus, S. 335–340.

Doneus, M.; Noneus, N.; Briese, C.; Pregesbauer, M.; Mandlburger, G. & Verhoeven, G. (2013): Airborne laser bathymetry – detecting and recording submerged archaeological sites from the air. *Journal of Archaeological Science* 40 (4), S. 2136–2151.

Eysn, L.; Hollaus, M.; Schadauer, K. & Pfeifer, N. (2012): Forest delineation based on airborne LiDAR data. Remote Sensing 4 (3), S. 762–783.

Geist, T.; Höfle, B.; Rutzinger, M. & Stötter, J. (2005): Der Einsatz von flugzeuggestützten Laserscanner Daten für geowissenschaftliche Untersuchungen in Gebirgsräumen. *Photogrammetrie, Fernerkundung, Geoinformation* 3, S. 183–190.

Geist, T.; Höfle, B.; Rutzinger, M.; Pfeifer, N. & Stötter (2009): Laser Scanning – a paradigm change in topographic data acquisition for natural hazard management. In: Veulliet, E., Stötter, J. & Weck-Hannemann, H. (Hrsg.): *Sustainable Natural Hazard Management in Alpine Environments*. Berlin: Springer, S. 309–339.

Geist, T. & Stötter, J. (2009): Airborne Laser Scanning in Glacier Studies. In: Pellika, P. & Rees, W., G. (Hrsg.): *Remote Sensing of Glaciers: Techniques for Topographic, Spatial and Thematic Mapping of Glaciers*. London: Taylor & Francis, S. 179–194.

Höfle, B. & Pfeifer, N. (2007): Correction of laser scanning intensity data: Data and model-driven approaches. *ISPRS Journal of Photogrammetry and Remote Sensing* 62 (6), S. 415–433.

Höfle, B. & Rutzinger, M. (2011): Topographic airborne LiDAR in geomorphology: A technological perspective. *Zeitschrift für Geomorphologie* 55 (2), S. 1–29.

Höfle, B., Geist, T., Rutzinger, M. & Pfeifer, N. (2007): Glacier surface segmentation using airborne laser scanning point cloud and intensity data. In: Rönnholm, P., Hyyppä, H. & Hyyppä J. (Hrsg.): *International Archives of Photogrammetry, Remote Sensing and Spatial Information Sciences* 36-3/W52. Espoo: ISPRS, S. 195–200.

Höfle, B.; Hollaus, M. & Hagenauer, J. (2012): Urban vegetation detection using radiometrically calibrated small-footprint full-waveform airborne LiDAR data. *ISPRS Journal of Photogrammetry and Remote Sensing* 67, S. 134–147.

Hollaus, M.; Wagner, W.; Schadauer, K.; Maier, B. & Gabler, K. (2009): Growing stock estimation for alpine forests in Austria: a robust lidar-based approach. *Canadian Journal of Forest Research* 39, S. 1387–1400.

Hyyppä, J.; Hyyppä, H.; Leckie, D.; Gougeon, F.; Yu, X. & Maltamo, M. (2008): Review of methods of small-footprint airborne laser scanning for extracting forest inventory data in boreal forests. *International Journal of Remote Sensing* 29 (5), S. 1339–1366.

Irish, J. L. & White, T.E. (1998): Coastal engineering applications of high-resolution lidar bathymetry. *Coastal Engineering* 35 (1-2), S. 47-71.

Jaboyedoff, M.; Oppikofer, T.; Abellan, A.; Derron, M.-H.; Loye, A.; Metzger, R. & Pedrazzini, A. (2010): Use of LIDAR in landslide investigations: a review. *Natural Hazards* 61 (1), S. 5–28.

Jochem, A.; Höfle, B.; Rutzinger, M. & Pfeifer, N. (2009): Automatic roof plane detection and analysis in airborne LIDAR point clouds for solar potential assessment. *Sensors* 9 (7), S. 5241–5262.

Jochem, A.; Höfle, B.; Wichmann, V.; Rutzinger, M. & Zipf, A. (2012): Area-wide roof plane segmentation in airborne LiDAR point clouds. *Computers, Environment and Urban Systems* 36 (1), S. 54–64.

Jochem, A.; Hollaus, M.; Rutzinger, M. & Höfle, B. (2011) Estimation of aboveground biomass in alpine forests: a semi-empirical approach considering canopy transparency derived from airborne LiDAR data. *Sensors* 11 (1), S. 278–295.

Jörg, P.; Fromm, R.; Sailer, R. & Schaffhauser, A. (2006): Measuring snow depth with a Terrestrial Laser Ranging System. In: *Proceedings of the 2006 International Snow Science Workshop.* Telluride, S. 452–460.

Klug, C.; Bollmann, E.; Kääb, A.; Krainer, K.; Sailer, R. & Stötter, J. (2012): Monitoring of permafrost creep on two rock glaciers in the Austrian eastern Alps: Combination of aerophotogrammetry and airborne laser scanning. In: Hinkel, M. K. (Hrsg.): *Proceedings of the 10th International Conference on Permafrost.* Salekhard, S. 215–226.

Kodde, M., P.; Pfeifer, N.; Gorte, B., G.; Geist, T. & Höfle, B. (2007): Automatic glacier surface analysis from airborne laser scanning. In: Rönnholm, P., Hyyppä, H. & Hyyppä J. (Hrsg.): *International Archives of Photogrammetry, Remote Sensing and Spatial Information Sciences* 36-3/W52. Espoo: ISPRS, S. 221–226.

Land Tirol (2013): *Frei verfügbarer Schummerungs-WMS von Tirol*. Abgerufen unter: http://www.tirol.gv.at/themen/sicherheit/geoinformation/laserscanning/ [Stand vom 31-03-2013]

Lillesand, T.M.; Kiefer, R.W. & Chipman, J.W. (2004): *Remote Sensing and Image Interpretation.* Hoboken: John Wiley & Sons.

Mallet, C. & Bretar, F. (2009): Full-waveform topographic lidar: State-of-the-art. *ISPRS Journal of Photogrammetry and Remote Sensing* 64 (1), S. 1–16.

Maukisch, M., Belitz, K., Frisch, U., Stötter, J., Wilhelm, F., Konetschny, H., Strempel, K. &. Zenke, B. (1996a): Vergleich digitaler Geländemodelle als Grundlage für Naturraumanalysen. *Interpraevent* 4. Klagenfurt, S. 51–61.

Maukisch, M., Belitz, K., Frisch, U., Stötter, J., Wilhelm, F., Strempel, K. &. Zenke, B. (1996b): Konzept zur Erfassung und Bewertung von Strukturen im Bergwaldbereich als Grundlage für das Verständnis der Lawinengenese. *Interpraevent* 2. Klagenfurt, S. 103–112.

Metternicht, G.; Hurni, L. & Gogu, R. (2005): Remote sensing of landslides: An analysis of the potential contribution to geo-spatial systems for hazard assessment in mountainous environments. *Remote Sensing of Environment* 98, S. 284–303.

Oude Elberink, S. & Vosselman, G. (2011): Quality analysis on 3D building models reconstructed from airborne laser scanning data. *ISPRS Journal of Photogrammetry and Remote Sensing* 66 (2), S. 157–165.

Pfeifer, N. & Briese, C. (2007): Laser scanning – Principles and Applications. In: *Geo-Sibir, 3rd International Scientific Conference.* Novosibirsk: SSGA, S. 93–112.

Pfennigbauer, M. & Ullrich, A. (2011), Multi-Wavelength Airborne Laser Scanning. In: *International LiDAR Mapping Forum* 2011. New Orleans, S. 7–9.

Prokop, A.; Schirmer, M.; Lehning, M. & Stocker, M. (2008): A comparison of measurement methods: Terrestrial laser scanning, tachymetry and snow probing, for the determination of spatial snow depth distribution on slopes. *Annals of Glaciology* 49, S. 210–216.

Pu, S. & Vosselman, G. (2009): Knowledge based reconstruction of building models from terrestrial laser scanning data. *ISPRS Journal of Photogrammetry and Remote Sensing* 64 (6), S. 575–584.

Pu, S.; Rutzinger, M.; Oude Elberink, S. & Vosselman, G. (2011): Recognizing structures from mobile laser scanning data for road inventory studies. *ISPRS Journal of Photogrammetry and Remote Sensing* 66 (6), S. 28–39.

Rutzinger, M.; Höfle, B.; Oude Elberink, S. & Vosselman, G. (2011): Feasibility of facade footprint extraction from mobile laser scanning data. *Photogrammetrie, Fernerkundung, Geoinformation* 3 (3), S. 97–107.

Sailer, R.; Bollmann, E.; Hoinkes, S.; Rieg, L.; Sproß, M. & Stötter, J. (2012): Quantification of geomorphodynamic processes in glaciated and recently deglaciated terrain based on airborne laser scanning data. *Geographiska Annaler: Series A, Physical Geography* 94, S. 17–32.

Sailer, R.; Fellin, W.; Fromm, R.; Jörg, P.; Rammer, L.; Sampl, P. & Schaffhauser, A. (2008): Snow avalanche mass-balance calculation and simulation-model verification. *Annals of Glaciology* 48, S. 183–192.

Schaffhauser, A.; Fromm, R.; Joerg, P.; Luzi, G.; Noferini, L. & Sailer, R. (2008): Remote sensing based retrieval of snow cover properties. *Cold Regions Science and Technology* 54, S. 164–175.

Terra Imaging (2013): *Laser scanning – How it works*. Abgerufen unter: http://www.terraimaging.de/index.php/en/technologie/laserscanning [Stand vom 31-03-2013]

Vosselman, G. & Maas, H.-G. (Hrsg.) (2010): *Airborne and terrestrial laser scanning*. Caithness: Whittles Publishing.

Wallace, A.M.; Watson, C. & Turner, D. (2013): Development of a UAV-LiDAR System with application to Forest Inventory. *Remote Sensing* 4 (6), S. 1519–1543.

Zieher, T.; Formanek, T.; Bremer, M.; Meißl, G. & Rutzinger, M. (2012): Digital terrain model resolution and its influence on estimating the extent of rockfall areas. *Transactions in GIS* 16 (5), S. 691–699.

Autorinnen und Autoren

Andreas Beinsteiner, Dipl.-Ing. Mag., Studium der Philosophie und Informatik in Innsbruck und Bergen, befasst sich insbesondere mit Beschreibungsversuchen jener Transformationsprozesse, die mit dem Aufkommen neuer Technologien und Medien einhergehen. In seinem Dissertationsprojekt versucht er, die Philosophie von Martin Heidegger als einen medientheoretischen Ansatz zu rekonstruieren. 2010–2012 Doktoratsstipendium des Vizerektorats für Forschung der Leopold-Franzens-Universität Innsbruck, 2012–2013 Forschungsaufenthalt am philosophischen Seminar der Albert-Ludwigs-Universität Freiburg mit einem Stipendium des DAAD.

Magnus Bremer, Mag., Institut für Geographie, Universität Innsbruck. Arbeitsschwerpunkte: LiDAR Punktwolkenprozessierung und Informationsextraktion für forstwissenschaftliche Fragestellungen und alternative Energiegewinnung.

Valentin Dander, Mag. phil., promoviert derzeit als Stipendiat an der bildungswissenschaftlichen Fakultät der Leopold-Franzens-Universität Innsbruck. Das Dissertationsvorhaben beschäftigt sich mit *Open Government Data* und den in ihrer Nutzung aufzufindenden Bildungspotenzialen und -prozessen. Sein akademisches Interesse ist zwischen medienpädagogischer und medienwissenschaftlicher Forschung angesiedelt. Er ist Mitglied des interdisziplinären Forums *Innsbruck Media Studies* und in der Nachwuchsgruppe der DGfE-Sektion Medienpädagogik aktiv.

Celia Di Pauli, Ass.-Prof. Dipl.-Ing., hat in Innsbruck und Berlin Architektur studiert. Sie lebt und arbeitet in Innsbruck, wo sie am Institut für Gestaltung der Universität als Assistenz-Professorin beschäftigt ist. In Berlin realisierte sie den Museumsshop im Jüdischen Museum und verwirklichte mit Stadtblind u.a. die Ausstellung und Publikation „Die Farben Berlins“. 2009 realisierte sie gemeinsam mit Dr. Silke Ötsch für Attac Deutschland die Ausstellung und Publikation zum Thema Steueroasen und Offshore-Zentren unter dem Titel „Räume der Offshorewelt“. 2011 wurde erstmals die von Lisa Noggler und Celia Di Pauli kuratierte und gemeinsam mit Eric Sidoroff entworfene und gestaltete Ausstellung zur Geschichte der Psychiatrie in Tirol – Südtirol – Trentino „Ich lasse mich nicht länger für einen Narren halten“ eröffnet, die bis 2013 auf Wanderschaft in Deutschland, Österreich und Italien ist.

Christiane Dorner, Mag., ist Mediendesignerin aus dem Bereich der audiovisuellen Medien und unterrichtet Video, Print- und Sounddesign am Medienkolleg Innsbruck. In ihrem Disser-

tationsprojekt erforscht sie die Medienkompetenz von Jugendlichen im Umgang mit Bildinszenierungen und Schlüsselbildern in Informationsmedien.

Stephan Günzel, Prof. Dr. phil. habil., ist Professor für Medientheorie an der Berliner Technischen Kunsthochschule und Gastdozent am Institut für Philosophie der Universität Klagenfurt; bis 2008 war er Koordinator des Zentrums für Computerspielforschung (DIGAREC) an der Universität Potsdam, wo auch die Habilitation mit einer Arbeit über die Perspektive der Ersten Person in Computerspielen erfolgte (publiziert als *Egoshooter. Das Raumbild des Computerspiels*, Frankfurt a.M./New York: Campus 2012); derzeit forscht er zur Ästhetik, Geschichte und Praktiken des Raums, im Zuge dessen er verschiedene Kompendien herausgegeben hat (zuletzt: *Texte zur Theorie des Raums*, Stuttgart: Reclam 2013; und *Lexikon der Raumphilosophie*, Darmstadt: WBG 2012). Homepage: www.stephan-guenzel.de.

Veronika Gründhammer, MMag., studierte Sprachwissenschaft und Vergleichende Literaturwissenschaft in Manchester und Innsbruck. Sie war als externe Lehrbeauftragte an der bildungswissenschaftlichen Fakultät der Leopold-Franzens-Universität Innsbruck tätig. Zurzeit ist sie als Projektassistentin im Rahmen des EU-geförderten Projekts „eBooks on Demand“ an der Universitäts- und Landesbibliothek Tirol beschäftigt und arbeitet an ihrer Dissertation im Bereich Kommunikationswissenschaft. Sie ist Mitglied des Interfakultären Medienforums Innsbruck (IMS).

Koen Leurs, Dr., ist Marie Curie Postdoctoral Fellow an der *London School of Economics and Political Science* im *Department of Media and Communications* (Vereinigtes Königreich). Zudem ist er Affiliated Researcher am *Institute for Cultural Enquiry/Graduate Gender Programme* der Universität Utrecht (Niederlande). Er promovierte im Fach *Gender Studies* und veröffentlichte zahlreiche Publikationen zu digitaler Diaspora, Gender und jugendkulturellen Identifikationsmustern von jugendlichen Migrantinnen und Migranten. Homepage: www.koenleurs.net.

Petra Missomelius, Dr., ist seit Oktober 2012 als Universitätsassistentin im Fachgebiet Medienkultur und Kommunikationsforschung an der Fakultät Bildungswissenschaften der Leopold-Franzens-Universität Innsbruck tätig. Die Monografie „Digitale Medienkultur: Wahrnehmung – Konfiguration – Transformation“ erschien 2006, darüber hinaus folgten Publikationen zu Medienkunst, Körperbildern und Visualisierungsverfahren. Sie ist Sprecherin der AG „Medienkultur und Bildung“ der Gesellschaft für Medienwissenschaft. In ihrem aktuellen Forschungsprojekt beschäftigt sie sich mit medial induzierten Veränderungsprozessen in Kontexten formaler, non-formaler und informeller Bildung.

Juliane Nagiller, Mag. BA, Studium der Politikwissenschaft und Soziologie an der Universität Innsbruck und der John Moores University Liverpool. 2009 bis 2011 Studentische Mitarbeiterin im Rahmen der Österreichischen Nationalen Wahlstudie (AUTNES). Sie ist derzeit Geschäftsführerin von FREIRAD 105.9, dem freien Radio Innsbruck.

Lisa Noggler-Gürtler, Mag. phil., hat als freie Kuratorin und Ausstellungsmacherin Ausstellungen am vorarlberg museum, für die Universität Innsbruck (Kuratierung der Ausstellung zur Psychiatriegeschichte im historischen Raum Tirol gemeinsam mit Celia Di Pauli) und im ZOOM Kindermuseum Wien realisiert, ist in der Museumsberatung und Lehre tätig. Studium der Alten Geschichte/Altertumskunde und Geschichte, Schwerpunkte Ethnografie, Gender- u. Umweltgeschichte; 15-jährige Erfahrung im Ausstellungswesen und im musealen Arbeiten: Ethnografisches Museum Schwaz, Schloss Matzen, Technisches Museum Wien: Bereichsleitung „Bau-, Alltags- und Umwelttechnik“, Stellvertretende Sammlungsleiterin, Gesamtprojektleitung für die Neueinrichtung der Dauerausstellung „Alltag – Eine Gebrauchsanweisung“, Kuratorin und Organisatorin diverser Ausstellungen, Tagung „Alltag sammeln“; „Bereichsleitung Ausstellung“ im ZOOM Kindermuseum, Museumsquartier Wien, Kuratorin und Organisatorin vieler Ausstellungen und Tagungen, Lehrtätigkeit, Forschung und Publikationen zur Umwelt-, Kultur- und Frauengeschichte sowie im Bereich der Museologie und der Wissensvermittlung.

Heike Ortner, Dr. phil., studierte Deutsche Philologie und Angewandte Sprachwissenschaft an der Karl-Franzens-Universität Graz und an der Leopold-Franzens-Universität Innsbruck. Sie ist derzeit Universitätsassistentin (Postdoc) am Institut für Germanistik der Universität Innsbruck. Aktuelle Forschungsschwerpunkte: Emotionslinguistik, Sprachwandel, Textlinguistik.

Claudia Paganini, MMag. Dr., wurde 1978 in Innsbruck geboren, studierte Philosophie und Theologie in Innsbruck und Wien. Nach der Dissertation 2005 in Kulturphilosophie war sie als freie Redakteurin und Pressesprecherin tätig, seit 2010 als Assistentin am Institut für Christliche Philosophie in Innsbruck. Gegenwärtig arbeitet sie an ihrem Habilitationsprojekt im Bereich der Medienethik.

Daniel Pfurtscheller, Mag. phil., forscht und lehrt als Universitätsassistent im Fachbereich Linguistische Medien- und Kommunikationswissenschaft am Institut für Germanistik der Universität Innsbruck. Seine Forschungsschwerpunkte liegen auf dem Gebiet der Linguistischen Medienanalyse: der multimodalen Textanalyse und der Analyse von Medienbildern.

Antje Plaikner, Dr. phil., lebt und arbeitet in Innsbruck als freie Journalistin und Medienwissenschafterin. Momentaner Arbeitsschwerpunkt: Datenjournalismus. Sie studierte an der Leopold-Franzens-Universität Innsbruck Vergleichende Literaturwissenschaft und Russisch, schloss dieses Studium 1992 als Magistra ab, arbeitete zunächst bei heimischen Verlagen (Steiger Verlag, Löwenzahn/StudienVerlag), lernte ab 1994 das Redakteurshandwerk beim *Haller Lokalanzeiger* und wechselte 1999 als Lokalredakteurin zur *Tiroler Tageszeitung*. Plaikner ist seit 2002 freie Journalistin, die vor allem Zeitungsbeilagen mitplante und redaktionell umsetzte. 2013 promovierte sie an der Germanistik mit ihrer Arbeit „Grenzenlos nah: Die Entwicklung regionaler Tageszeitungen in Österreich und Südtirol anhand der Kategorie Lesernähe".

Sonja Prlić, geboren in Salzburg, studierte Literatur und Theaterwissenschaften in Wien und Dramaturgie in Frankfurt am Main und ist derzeit Doktorandin am Schwerpunkt „Wissenschaft und Kunst" in Salzburg. 1998 mitbegründete sie die Künstlergruppe *gold extra* und arbeitet seither als Regisseurin, Dramaturgin und Autorin an Projekten zwischen Performance, Neuen Medien und Technologien. Für ihre Arbeiten erhielt sie unter anderem das Dramatikerstipendium der Republik Österreich, den Outstanding Artist Award des BMUKK (für *Frontiers*) und den Salzburger Medienkunstpreis.

Michaela Rizzolli, Mag.[a], hat an der Universität Innsbruck das Diplom-Studium der Pädagogik im Studienzweig Medienpädagogik und Kommunikationskultur sowie ein Bachelorstudium in Europäischer Ethnologie absolviert. Aktuell ist sie Doktorandin im Bereich Erziehungs- und Bildungswissenschaft und Mitglied des Forums *Innsbruck Media Studies* an der Leopold-Franzens-Universität Innsbruck. Ihr Dissertationsprojekt läuft unter dem Arbeitstitel *Materielle Kultur in ‚Massive Multiplayer Online Role-Playing Games'*. Für die Realisierung des Dissertationsvorhabens erhielt sie die Nachwuchsförderung der Universität Innsbruck, das Marietta Blau Stipendium des Österreichischen Austauschdienstes und aktuell das DOC Stipendium der Österreichischen Akademie der Wissenschaften.

Martin Rutzinger, Dr., Institut für Geographie, Universität Innsbruck; Institut für Interdisziplinäre Gebirgsforschung, Österreichische Akademie der Wissenschaften. Arbeitsschwerpunkte: Computational Geography, Fernerkundung, Geoinformatik, Informationsextraktion aus topographischen LiDAR-Daten, Geomorphologie und Naturraumprozesse.

Rudolf Sailer, Dr., forscht und lehrt am Institut für Geographie, Universität Innsbruck. Arbeitsschwerpunkte: Physische Geographie, Permafrost und Klimawandel, Lawinenmodellierung.

Siegfried J. Schmidt, em. Univ. Prof. Dr. Dr h. c., ist emeritierter Professor für Kommunikationstheorie und Medienkultur an der Universität Münster. Seine Arbeitsschwerpunkte sind Medien- und Kommunikationstheorie, konstruktivistische Erkenntnistheorie, Literatur und Kunst. Einige Publikationen: *Kalte Faszination. Medien Kultur Wissenschaft in der Mediengesellschaft* (2000), *Geschichten und Diskurse. Abschied vom Konstruktivismus* (2003), *Unternehmenskultur. Die Grundlage fu□r den wirtschaftlichen Erfolg von Unternehmen* (2004), *Zwiespältige Begierden. Aspekte der Medienkultur* (2004), *Lernen, Wissen, Kompetenz, Kultur. Vorschläge zur Bestimmung von vier Unbekannten* (2005), *Zwischen Platon und Mondrian. Heinz Gappmayrs konzeptuelle Poetik* (2005), *Pour une Réécriture du Constructivisme. Histoires et Discours* (2007), *Histories & Discourses. Rewriting Constructivism* (2007), mit G. Zurstiege, *Kommunikationswissenschaft. Systematik und Ziele* (2007).

Eric Sidoroff, Dr., hat in Innsbruck, Berlin und London Architektur studiert. Er lebt und arbeitet seit 2000 in Innsbruck, wo er am Institut für Gestaltung_Studio2 als Assistenz-Professor beschäftigt ist. Darüber hinaus arbeitete er als Dozent für Entwurf und Konstruktion an der Hochschule in Liechtenstein und unterrichtete als Gastlehrender in London, Melbourne, Tiflis. Seine Dissertation verfasste er über das Thema „Entwicklungsmöglichkeiten für Museen für Handwerk und Handwerkskunst und betrieblich integrierte Museen“. 2011 wurde erstmals die gemeinsam von Celia Di Pauli und Lisa Noggler kuratierte und von Celia Di Pauli und Eric Sidoroff entworfene und gestaltete Ausstellung zur Geschichte der Psychiatrie in Tirol – Südtirol – Trentino „Ich lasse mich nicht länger für einen Narren halten“ eröffnet, die bis 2013 auf Wanderschaft in Deutschland, Österreich und Italien ist. In seiner Forschung beschäftigt er sich mit Raumwahrnehmung und Raumwirkung und der Wechselbeziehung zwischen Mensch und gestalteter Umwelt mit dem Schwerpunkt auf kulturell genutzter Architektur.

Maria Stopfner, Dr. phil., arbeitet im Bereich Sprachwissenschaft am Institut für Sprachen und Literaturen der Leopold-Franzens-Universität Innsbruck und ist dort nach mehrjähriger Tätigkeit bei einer Tochter der Austria Presse Agentur als Postdoc tätig. Für ihre Dissertation zur Streitkultur im österreichischen Nationalrat erhielt sie 2011 den Wendelin Schmidt-Dengler-Preis der Österreichischen Gesellschaft für Germanistik, den Dr. Otto Seibert-Preis der Universität Innsbruck und den Erwin Wenzl Anerkennungspreis des Landes Oberösterreich. Aktuelle Forschungsschwerpunkte umfassen die Sprache in der Politik sowie die Kommunikation im Web 2.0.

Johann Stötter, o. Univ.-Prof. Dr., forscht und lehrt am Institut für Geographie, Universität Innsbruck. Arbeitsschwerpunkte: Mensch-Umwelt-Forschung, Naturgefahrenforschung, Geomorphologie.

Andreas Wiesinger, Mag. phil. Dr. phil., ist Universitätsassistent am Institut für Germanistik der Leopold-Franzens-Universität Innsbruck. Seine Forschungsschwerpunkte umfassen Online-Journalismus sowie Sprache und Kommunikation im Internet unter besonderer Berücksichtigung des Social Web.

Karl Zechenter, geboren in Linz, studierte Politikwissenschaften und Deutsche Philologie in Salzburg. 1998 mitbegründete er die Künstlergruppe *gold extra*. Er war u.a. als künstlerischer Leiter der ARGEkultur Salzburg, sowie als Leiter des OFFMozart Festivals in Salzburg tätig. Er ist der Gründer des *basics*-Festival in Salzburg und langjährig tätig im Dachverband Salzburger Kulturstätten. Er arbeitet als freier Regisseur, Autor und Dozent in Salzburg. Für seine Arbeiten hat er u.a. gemeinschaftlich den Autoren- und Produzentenpreis Bremen (2005), den Outstanding Artist Award (BMUKK 2012) und den Salzburger Medienkunstpreis erhalten.



Die Mehrdeutigkeit des Schlagwortes Raum zieht vielschichtige Interpretationen, Fragestellungen, Theorien und Analysemethoden für die Kategorie des Räumlichen nach sich. Diese Pluralität der Deutungen und disziplinären Zugänge gilt in ähnlicher Weise für den Untersuchungsgegenstand Medien.

Der vorliegende Sammelband bündelt Forschungsansätze aus so unterschiedlichen Disziplinen wie Medien- und Kommunikationswissenschaft, Bildungswissenschaft, Sprachwissenschaft, Ethnologie, Geographie und Architektur.

Auf der einen Seite zeigen sich regionale Medienräume eng mit dem globalen Mediensystem verwoben. Auf der anderen Seite kann zwischen materiellen und immateriellen Räumen unterschieden werden. Während einige Beiträge dieses reichhaltige Forschungsgebiet theoretisch abstecken, zeigen einige Beiträge mögliche Anknüpfungspunkte für die Praxis auf.

ISBN 978-3-902936-15-8
9 783902 936158